समाचार और संवाददाता

222

डा० निशांत सिंह

समाचार और संवाददाता

डॉ. निशांत सिंह

दिल्ली-110085

समर्पण

परम पूज्य बाबा स्व. श्री तेजपाल सिंह जी

के पावन श्री चरणों में

श्रद्धापूर्वक समर्पित, जिनका 'जीवन'

मेरा 'आदर्श' है।

— निशांत सिंह

शुभाशंसा

सामान्य घटनाओं के आवृत से अलग यथार्थ घटना ही समाचार है। यानी समाचार के यथार्थ पर आधारित तो होना ही चाहिए, लेकिन उसमें नयापन एक आवश्यक शर्त है। इसीलिए पत्रकारिता का अध्यापन करने वाले प्राध्यापक समाचार की परिभाषा देते हुए यह व्याख्या करते हैं कि 'समाचार' अंग्रेजी के 'न्यूज' से बना है। 'न्यूज' शब्द 'न्यू' का बहुवचन रूप है। जो बात टटकी और नयी हो, वह सामान्य से पृथक् होगी ही। व्यक्ति की मनोवृत्ति में जिज्ञासा का भाव होता है, कुछ नया जानने की प्यास होती है, इसीलिए समाचार में बहुसंख्यक लोगों की रुचि होती है। जो घटना असामान्य होगी, उसे ही लोग चाव से पढ़ेंगे और वह पत्रकारिता की दुनिया में महत्वपूर्ण खबर है। चूंकि खबरों का सरोकार आम आदमी से लेकर विशिष्ट वर्ग तक होता है, इसीलिए उसका महत्व व्यापक होता है। इसी व्याप्ति की वजह से पत्रकारिता को लोकहितकारी होना चाहिए। लोक जीवन के हित की बात साहित्य में भी होती है. अतः पत्रकारिता साहित्य नहीं होने के बावजूद उसमें नैतिक संवेदन अथवा अंतर्दृष्टि होती है। यही कारण है कि पत्रकारिता की एक यह भी परिभाषा दी गयी है कि वह जल्दी में लिखा गया साहित्य है। किसी खबर में नैतिकता की घोषणा साहित्य की तरह नहीं होती है, लेकिन पाठकों को संवेदित करने वाली खबरों में रूपांतर से नैतिकता व्यंजित होती है।

इक्कीसवीं सदी में पत्रकारिता तेजी से नयी शक्ल अख्तियार कर रही है, उसके नये प्रतिमान स्थापित हो रहे हैं। उपभोक्तावादी संस्कृति की चकाचौंध, अखबारों की बढ़ती व्यावसायिकता तथा प्रतिद्वन्द्विता ने संवाददाताओं की जिम्मेदारी बढ़ा दी है। खबरें लिखना मानवीय संवेदनायुक्त एक नैतिक क्रिया है, लेकिन व्यावसायिकता की होड़ में पत्रकारिता के मूल्य बदलते जा रहे हैं। इस संबंध में मैं एक उदाहरण देना चाहूंगा कि जब मैं 'नवभारत टाइम्स' के पटना संस्करण में स्थानीय संपादक था, तो जिला मुख्यालयों से प्रेषित समाचारों में घटनाओं के विवरण के साथ-साथ संवाददाताओं की संवेदनात्मक अनुभूति भी लक्षित होती थी। कस्बों और छोटे शहरों के संवाददाताओं के मानवीय रिश्तों की ऊष्मा मिलती है, लेकिन महानगर में संवाददाता संवेदनहीन-से लगते हैं। उनकी नजर दुर्घटनाओं के आंकड़े पर होती है और संवेदना पर व्यावसायिकता की परत बिछी रहती है। उन

दुर्घटनाओं या रोमांचक बलात्कार-हत्या की खबरों के शब्द, भाषा और अभिव्यक्ति-कौशल ऐसे नहीं होते हैं, जो हमारे हृदय में टीस-वेदना पैदा करें या नृशंसता-पाशविकता के खिलाफ हमारी मुट्ठियां तन जाएं और आक्रोश उबलने लगे। वे भूल जाते हैं कि समाचार मानवीय संवेदना-सम्पृक्त एक सूचना है। कभी-कभी वे समाचार लम्बा करने के लिए ढेर सारी पंक्तियां लिख जाते हैं, उसे तरह-तरह से व्यावसायिक उत्पाद बनाने की कोशिश करते हैं, लेकिन उसके मानवीय पक्ष को उपेक्षित छोड़ देते हैं। यह बात दुर्घटना या अपराध की खबरों के साथ-साथ राजनीतिक, सांस्कृतिक और आर्थिक खबरों पर भी लागू होती है। संवाददाताओं की संस्कृति तेजी से बदल रही है, उनमें करुणा के भाव का अभाव होता जा रहा है। यह संस्कृति युग के बदलते मिजाज के कारण परिवर्तित हो रही है। बदली हुई संस्कृति में संवाददाताओं के मन के श्रेष्ठत्व का लोप होता जा रहा है, जो निश्चय ही चिंता ही बात है।

डॉ. निशांत सिंह की प्रस्तुत पुस्तक में समाचार और उसके वाहक संवाददाताओं के कर्तव्य, आचरण और संस्कृति पर सम्यक् रूप से प्रकाश डाला गया है, जो पत्रकारिता का अध्ययन करने वाले छात्रों के साथ-साथ पत्रकारिता को प्रोफेशन के रूप में अपनाने वाले नवयुवकों के लिए भी समान रूप से उपयोगी है। मैं पुनः इस बात को दुहराता हूं कि समाचार मनुष्य की रागात्मक अनुभूतियों का लयात्मक संगीत भी है और जल्दी में लिखा गया साहित्य भी। इसके अलावा यह पत्रकारों के लिए प्रोफेशन भी है, जो व्यावसायिकता की होड़ और अन्य अखबारों की प्रतियोगिता में अग्रधावक के रूप में अपनी पहचान बनाना चाहते हैं। नैतिकता और प्रतियोगिता के संधि-स्थल पर खड़े नयी पीढ़ी के पत्रकारों को समाचार और संवाददाता के संबंध में संपूर्ण जानकारी देकर उन्हें समृद्ध बनाने में यह पुस्तक निश्चय ही मदद करेगी। युवा पत्रकार और मीडिया समीक्षक डॉ. निशांत सिंह को एक अच्छी पुस्तक लिखने के लिए बधाई और उनकी लेखनी को नयी त्वरा मिलने की मेरी शुभकामनाएं !

उपेन्द्र प्रसाद
सहायक संपादक,
नवभारत टाइम्स, नई दिल्ली

पुरोवाक्

पत्रकारिता एक उच्छृंखल पहाड़ी दरिया की भांति होती है जो जब-तब अपना रुख बदलती रहती है। नई सदी में पत्रकारिता का तीव्र गति से विकास हो रहा है। आज पत्रकारिता कागज, कलम तक ही सीमित नहीं है अपितु रेडियो, टेलीविजन के बाद यह अंतरिक्ष तक में प्रवेश कर चुकी है। विभिन्न पत्रों के उपग्रह संस्करण इसका प्रमाण हैं। ऑडियो-वीडियो उपकरण पत्रकारिता के अभिन्न अंग बन चुके हैं। टेलीविजन ने जहां पत्रकारिता को ग्लैमर और पैसा दिया है वहीं कम्प्यूटर, इंटरनेट व अत्याधुनिक संचार साधनों ने 'समाचार' की गति आश्चर्यजनक रूप से बढ़ा दी है। अंग्रेजी के साथ-साथ हिन्दी के भी लगभग सभी अखबारों के इंटरनेट संस्करण कम्प्यूटर पर ही उपलब्ध हैं। समाचार-पत्रों की अनुपलब्धता अब कोई समस्या नहीं है। माउस क्लिक करते ही अमेरिका का *'वाशिंगटन पोस्ट'*, इंग्लैंड का *'डेली मिरर'* और पाकिस्तान का *'डॉन'* अखबार, कम्प्यूटर स्क्रीन पर अवतरित हो जाता है। *'नवभारत टाइम्स' 'दैनिक जागरण'*, और *'अमर उजाला'* के इंटरनेट संस्करणों से चाय की चुस्कियों का मजा दोगुना किया जा सकता है।

जनसंचार के क्षेत्र में आ रही नित नई प्रौद्योगिकी ने आज सूचना-क्रांति की स्थिति पैदा कर दी है। सूचना-तकनीक-क्रांति ने न सिर्फ एक व्यवसाय के रूप में पत्रकारिता की पुरातन परिभाषा को परिवर्तित किया है अपितु इसने पत्र और पत्रकारिता की पारंपरिक अवधारणा तक को बदल डाला है। खादी का कुर्ता और कंधे पर टंगा झोला अब पत्रकार के प्रतीक नहीं हैं, जीन्स-टीशर्ट और मोबाइल फोन अब आधुनिक 'जर्नलिस्टों', के 'सिम्बल' बन गये हैं। पत्रकारिता में आये इस बदलाव के कारण समाचार की अवधारणा और संवाददाता के कार्यक्षेत्र तथा उसकी जिम्मेदारियों में भी रेखांकित करने लायक परिवर्तन हुये हैं। अब 'समाचार' के रूप, स्वरूप और संवाददाताओं की कार्य प्रणाली भी काफी बदल चुकी है, इन्होंने नई शक्ल अख्तियार कर ली हैं। इसी परिवर्तन के परिप्रेक्ष्य में, 'समाचार' और 'संवाददाता' नये आयामों की चर्चा, प्रस्तुत पुस्तक में करने की कोशिश की गयी है। प्रिंट-मीडिया के लिये संवाद लेखन के साथ-साथ इसमें रेडियो और टेलीविजन रिर्पोटिंग पर भी पर्याप्त रोशनी डाली गयी है।

नई सदी के नये पत्रकारों के लिये 'समाचार और संवाददाता' निश्चित रूप से

लाभदायक और उत्प्रेरक होगी। देश के जाने-माने पत्रकार श्री उपेन्द्र प्रसाद (नवभारत टाइम्स, नई दिल्ली) ने भूमिका लिखकर ही पुस्तक की महत्ता और उपादेयता प्रमाणित कर दी है। उनका आभार व्यक्त करने के लिये उपयुक्त शब्द गढ़ना मेरे वश की बात नहीं। पत्रकारिता और लेखन के क्षेत्र में मुझे दिशा-निर्देश, प्रोत्साहन, प्रेरणा, आशीर्वाद और शुभकामनायें देते रहे श्री अमरेन्द्र कुमार, श्री अंबरीष सक्सेना और श्रीमती सुष्मिता सक्सेना के प्रति हार्दिक नतिशर हूं।

उन सभी परिजनों, मित्रों, सहयोगियों और शुभचिंतकों को शत-शत नमन जिनका स्नेहाशीष सदैव मेरे साथ है। श्रद्धेय पिता और श्रद्धामयी जननी को बारंबार नमन, कोटि-कोटि प्रणाम।

शुभमस्तु।

—निशांत सिंह

अनुक्रम

1

समाचार : अर्थ एवं परिभाषा

पत्रकारिता आज राष्ट्र और समाज के नवनिर्माण का माध्यम बन गयी है। विभिन्न पत्र-पत्रिकायें और न्यूज टेलीविजन चैनल इस कार्य में जुटे हैं। पत्र-पत्रिकाओं आदि की मुख्य विषय-वस्तु 'समाचार' होते हैं। आम जनता नये-नये समाचार जानने के लिये ही समाचार-पत्र आदि खरीदती है। एक अच्छा पत्रकार बनने के लिए यह जानना आवश्यक है कि 'समाचार' क्या होता है और क्या समाचार 'नहीं' होता है। चूंकि सम्पूर्ण पत्रकारिता, 'समाचार' पर ही टिकी होती है इसलिये इसके बारे में अधिकाधिक जानना अत्यंत आवश्यक है।

समाचार क्या होता है?

किसी विद्वान ने समाचार की परिभाषा देते हुये कहा था कि—"चारों तरफ से आने वाले विवरण ही समाचार कहलाते हैं"। 'समाचार' अंग्रेजी के न्यूज (News) शब्द का हिन्दी पर्याय है। अब प्रश्न है कि न्यूज को न्यूज क्यों कहा जाता है? कुछ लोग इस शब्द की उत्पत्ति, 'न्यू' शब्द से मानते हैं क्योंकि समाचार को सदैव न्यू या नया होना चाहिये। कुछ विद्वानों का कहना है कि चूंकि चारों दिशाओं, *'नार्थ'*, *'ईस्ट'*, *'वेस्ट'* और *'साउथ'* से समाचार आते हैं इसलिये इन दिशाओं के प्रारंभिक अक्षरों (N.E.W.S.) को लेकर ही 'न्यूज' शब्द की रचना हुयी।

समाचार शब्द को आदिकाल से ही परिभाषित किये जाने का प्रयास किया जाता रहा है। कई विदेशी विद्वानों ने इसे अपने-अपने तरीके से परिभाषित करने का प्रयत्न किया है। इस संबंध में कुछ महत्वपूर्ण परिभाषायें निम्नलिखित हैं :

"वह सत्य घटना या विचार जिसमें बहुसंख्यक पाठकों की रुचि हो, समाचार है"

—लाइल स्पेंसर

"समाचार, अतिगतिशील साहित्य है और समाचार-पत्र समय के करघे पर इतिहास के बहुरंगी, बेल-बूटेदार कपड़े को बुनने वाले तकुए हैं"

—हार्पर लीक एवं जॉन करोल

"समाचार जल्दी में लिखा गया साहित्य है"

—जॉर्ज मौरिस

"अनेक व्यक्तियों की अभिरुचि जिस सामयिक बात में हो वह समाचार है। सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो"

—प्रो. विलियम ब्लेयर

"किसी समय में होने वाली उन महत्वपूर्ण घटनाओं के सही और पक्षपात रहित विवरण को जिसमें उस माध्यम के पाठकों की रुचि हो, समाचार कहते हैं"

—विलियम एम. माल्सबाई

"समाचार, घटना का वर्णन है। घटना स्वयं समाचार नहीं, घटनाओं, तथ्यों और विचारों की सामयिक रिपोर्ट समाचार है, जिसमें पर्याप्त लोगों की रुचि भी हो"

—विलियम रिवर्स

"समाचार, सामान्यतः वह उत्तेजक सूचना है जिससे कोई व्यक्ति संतोष अथवा उत्तेजना प्राप्त करता है"

—प्रो. चिरिटन बुश

"वह सभी कुछ जिससे आप कल तक अनभिज्ञ थे, समाचार है"

—टर्नर कॉलेज

"पर्याप्त मात्रा में मनुष्य जिसे जानना चाहे वह समाचार है, शर्त यह है कि वह सुरुचि और प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन न करे"

—जे.जे. सिंडलर

"साधारण व्यवहार में समाचार वे हैं जो अखबार में छपते हैं और अखबार वे हैं जिन्हें समाचार-पत्र में काम करने वाले तैयार करते हैं। यह कथा यद्यपि वेदनामूलक है तथापि कटु व्यंग्य होते हुये भी सत्य है"

—जेराल्ड डब्ल्यू. जानसन

कुछ भारतीय विद्वानों ने भी समाचार को परिभाषित करने का प्रयत्न किया है। प्रमुख परिभाषायें निम्नलिखित हैं :

"हर घटना समाचार नहीं है, सिर्फ वही घटना समाचार बन सकती है जिसका कमोबेश सार्वजनिक हित हो। अस्पताल में लोग भर्ती होते रहते हैं, अच्छे होते हैं और कुछ मरते भी हैं। लेकिन यह समाचार नहीं है। लेकिन यदि कोई मरीज इसलिए मर जाये कि अस्पताल पहुंचने पर कोई उसे देखने वाला नहीं था या डॉक्टर की गैर-हाजिरी में कंपाउण्डर ने उसका गलत इलाज कर दिया या नर्स ने एक मरीज की दवा दूसरे को दे दी या ऑपरेशन करते समय कोई औजार पेट में ही रह गया और पेट सिल दिया गया तो ये सब समाचार हो सकते हैं।

—अम्बिका प्रसाद बाजपेयी

"समाचार का अर्थ, आगे बढ़ना, चलना, अच्छा आचरण या व्यवहार है। मध्य और परवर्ती काल में किसी कार्य या व्यवहार की सूचना को समाचार मानते थे, ऐसी ताजी या हाल की घटना की सूचना जिसके संबंध में पहले लोगों को जानकारी न हो"

—रामचन्द्र वर्मा

"परिभाषा के बिना भी समाचार का बोध पाठक को उस स्पंदन से होता है

जो वह उसे पढ़कर प्राप्त करता है। समाचार का बोध उस आंशिक या पूर्ण संतोष से भी होता है जब पाठक उसे पढ़कर अधिक सूचित, ज्यादा शिक्षित पाता हो। स्पंदनकारी वही होगा जो मन-मस्तिष्क को दिलचस्प लगे। मानसिक संतोष उससे मिलेगा जो महत्वपूर्ण जानकारी देगा। अतः समाचार को सदैव नया, दिलचस्प, मनोरंजक और महत्वपूर्ण होना चाहिये''

—नंद किशोर त्रिखा

''किसी घटना का तथ्यात्मक विवरण ही समाचार होता है।''

—डॉ. निशांत सिंह

''समाचार की नवीनता इसी में है कि वह परिवर्तन की जानकारी दे। यह जानकारी चाहे राजनीतिक, आर्थिक अथवा सामाजिक हो।''

—मनुकोंडा चलपति राव

वास्तव में समाचार किसी अनोखी या असाधारण घटना की अविलम्ब सूचना को कहते हैं, जिसके बारे में लोग प्रायः पहले कुछ न जानते हों, लेकिन जिसे तुरंत ही जानने की अधिकाधिक लोगों में रुचि हो। अक्सर पुराने पत्रकार बताते हैं कि यदि किसी कुत्ते ने किसी व्यक्ति को काटा तो कोई विशेष बात नहीं हुयी, प्रायः ऐसा होता ही रहता है, लेकिन यदि किसी व्यक्ति ने कुत्ते को काट खाया हो तो वह समाचार बन जाता है, क्योंकि इसमें कुछ अनोखापन है, जिसे लोग जानना चाहेंगे। असल में समाचार वही है जो नवीन है। जयशंकर प्रसाद ने ठीक ही कहा है कि—''प्रकृति के यौवन का शृंगार करेंगे कभी न बासी फूल।'' जिस प्रकार कोई भी व्यक्ति बासी फूल पसंद नहीं करता है ठीक उसी प्रकार किसी पाठक को बासी समाचार पढ़ना भी रुचिकर नहीं लगता है। दरअसल समाचार का शिवत्व उसकी नवीनता में ही है। किसी ने समाचार को यों परिभाषित किया है : ''जिसे कहीं कोई दबाना चाह रहा हो, वही समाचार है, शेष सब विज्ञापन।''

उपरोक्त परिभाषाओं से यही निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि सत्य, नवीनता, अधिकांश व्यक्तियों की रुचि प्रधान, वर्तमान विषयक घटनाओं से संबंधित प्रत्येक सूचना समाचार है।

समाचार के आकर्षण—पाठक, समाचार की ओर कुछ खास कारणों से आकर्षित होता है। समाचार में आकर्षण के निम्नलिखित तत्व हो सकते हैं—

(1) नवीनता
(2) सामीप्य
(3) सामायिकता
(4) धन
(5) काम-वासना
(6) स्वहित
(7) संघर्ष
(8) असाधारणता
(9) युद्ध कर्म
(10) यश

(11) मानवीय गुण (प्रेम आतंक, घृणा आदि) (12) रहस्य
(13) आविष्कार और खोज (14) कुकृत्य
(15) नाटकीयता (16) विशिष्टता
(17) स्वास्थ्य (18) बंधुत्व
(19) सामाजिक परिवर्तन (20) जातीय तनाव

समाचारिक मूल्य—समाचार क्या है और यह कैसे लिखा जाता है, केवल इन्हीं प्रश्नों का उत्तर जान लेने से काम नहीं चल सकता। संवाददाता को यह भी ध्यान देना चाहिये कि किसी समाचार विशेष का समाचारिक मूल्य कितना है? संवाददाता को बड़ी सूझबूझ के साथ यह भी देखना चाहिये है कि उसके पाठकों की समाचारों की मांग क्या है? संसार एक विशाल रंगमंच है और जीवन एक अत्यंत विस्तृत क्रीड़ा-स्थल जिस पर चल रही तमाम गतिविधियों को मात्र एक समाचार-पत्र में स्थान देना संभव नहीं है। संवाददाता की कुशलता इसी में है कि वह ऐसे समाचारों का चयन करे जो जनहित में हों अर्थात उसके समाचार-पत्र की नीति या उसके पाठकों की अभिरुचि के अनुकूल हों।

इसके अलावा कुछ समाचार-पत्र ऐसे होते हैं जो 'पीत-पत्रकारिता' का झंडा थामे, केवल सनसनी फैलाने वाले समाचार ही प्रकाशित करते हैं। इन समाचार-पत्रों में यौन अथवा अपराध या इसी प्रकार के अन्य विषयों के समाचारों व चित्रों की बहुतायत होती है। इन अखबारों को अंग्रेजी में टेबलॉयड (tablaid) कहा जाता है क्योंकि इनका आकार छोटा होता है। इनमें खबरों का सार होता है और उनका प्रस्तुतिकरण इतना आकर्षक होता है कि ये अखबार हाथों-हाथ बिक जाते हैं। किसी भी संवाददाता की सबसे बड़ी समस्या होती है यह निर्णय लेना कि परस्पर तुलना में किस समाचार को महत्त्व दिया जाये और कौन सा समाचार छोड़ दिया जाये। समाचारों को संकलित करते समय संवाददाता निम्नलिखित मापदण्डों के आधार पर समाचार का चयन कर सकता है—मानवीय सुरुचि, घटना स्थल, आत्मीयता और सामीप्य।

व्यक्ति को अपने आसपास के, नगर या राज्य के समाचारों में अपेक्षाकृत अधिक दिलचस्पी होती है क्योंकि जो घटनायें हमारे आसपास घटती हैं वे हमें अधिक प्रभावित करती हैं। दिल्ली के निवासियों के लिए इन्द्रप्रस्थ विद्युत गृह के बन्द हो जाने या यमुना में बाढ़ आ जाने का समाचार, अमेरिकी राष्ट्रपति के चुनाव के समाचार से अधिक महत्वपूर्ण होगा। समाचार संकलन में स्थानीय महत्व पर सदैव विशेष बल दिया जाता है क्योंकि इनसे ही प्रायः समाचार-पत्र के विशेष व्यक्तित्व का निर्माण होता है। स्थानीय समाचारों से लोग यह जान पाते हैं कि उनके आसपास क्या हो रहा है और उनका जीवन किन बातों से प्रभावित हो रहा है? इसलिए जो समाचार-पत्र स्थानीय महत्व के समाचारों को अधिक महत्व देते हैं वे अपेक्षाकृत अधिक लोकप्रिय होते हैं। इसी प्रकार जो संवाददाता, स्थानीय समाचार

संकलित करते हैं, लोग उन्हें अधिक आदर से देखते हैं।

व्यक्ति के लिए मानवीय सुरुचि के समाचार भी अत्यंत महत्व रखते हैं। हम अक्सर सामान्य समाचारों को पढ़ते-पढ़ते ऊब जाते हैं और उस समय हम चाहते हैं कि हम वे समाचार पढ़ें जिनमें जीवन की बहुरंगी झलकियां हों, जो समाचार सामाजिक सरोकारों से सीधे जुड़े हों। इसलिए पशु-पक्षियों, कालाहांडी की गरीबी और झारखंड के वनवासियों से संबंधित समाचार हम पढ़ना चाहते हैं। दुर्भाग्य से इस प्रकार के समाचार लगातार कम होते जा रहे हैं। मानव-सुरुचि के समाचारों के कम होते जाने का एक प्रमुख कारण यह है कि उन पर 'स्टोरी' बनाने के लिए संवाददाता को बेहद कल्पनाशील और शब्दशिल्पी होना चाहिये।

समाचारों को सामयिक भी होना चाहिये। समाचार में वर्णित घटनाओं का संबंध हमारे जीवन से होना चाहिये और पाठक को अनुभव होना चाहिये क़ि समाचार उसकी सुविधा, सुरुचि और हित-लाभ को लेकर लिखे गये हैं। इस तरह सामायिकता, सामीप्य और आत्मीयता, इन तीन गुणों से संपन्न 'स्टोरी' को ही सम्पूर्ण समाचार कहा जा सकता है। 'समाचार' का चयन करने से पूर्व संवाददाता या पत्रकार को उस दिन के समाचार-पत्रों और न्यूज-चैनलों पर एक बारीक नजर डाल लेनी चाहिये ताकि उसे सुर्खियों में रहने वाले समाचारों का ज्ञान हो सके। समाचार-चयन बेहद दुरूह लेकिन अत्यंत महत्वपूर्ण कार्य है। समाचार-पत्रों का सीमित स्थान और समाचारों का बाहुल्य, चयन के कार्य को और अधिक कठिन बना देते हैं। प्रख्यात पत्रकार जूलियस साल्टर इलियास का कहना है कि हमें अपने पत्र में ऐसे समाचार भी देने चाहिये जिनसे पाठक मुस्करायें और उत्साहित हों।

समाचार-चयन के आधार—संवाददाता ढेरों समाचारों में से प्रेषण के लिए समाचारों का चयन, निम्नलिखित आधारों पर कर सकता है :

(1) असाधारणता।
(2) ख्याति प्राप्त व्यक्ति पर प्रतिकूल प्रभाव डालने वाले समाचार।
(3) राज्य सरकार, केन्द्र सरकार, राष्ट्र आदि पर प्रभाव डालने वाले समाचार।
(4) बजट या अर्थव्यवस्था से संबंधित समाचार।
(5) अन्यायपूर्ण घटनाएं।
(6) दुर्घटनायें।
(7) आर्थिक और सामाजिक विकास।
(8) विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के विकास से संबंधित समाचार।
(9) अंतरराष्ट्रीय समाचार।
(10) यौन एवं अपराध से संबंधित समाचार।

समाचारों के प्रकार

समाचारों को प्रमुख रूप से निम्नलिखित दो वर्गों में बांटा जाता है—

(1) **विशिष्ट समाचार**—विशिष्ट समाचार वे हैं जिनके बारे में पहले से किसी को कुछ पता नहीं होता। लेकिन इन समाचारों के घटित होने पर उनका विशेष प्रभाव और महत्व हो जाता है। ये समाचार अद्यतन होते हैं। विशिष्ट समाचार अपने गुणों के कारण समाचार-पत्र के मुख पृष्ठ पर स्थान पाने योग्य होते हैं।

(2) **व्यापी समाचार**—ये वे समाचार होते हैं जिनका महत्व और प्रभाव अत्यंत व्यापक होता है। ये समाचार पूर्ण पृष्ठ पर फैले रहते हैं। इन समाचारों का शीर्षक अत्यंत आकर्षक और विशेष रूप से सुशोभित होता है।

क्षेत्र विशेष के आधार पर समाचार दो प्रकार के हो सकते हैं—देशी समाचार और विदेशी समाचार।

(1) **देशी समाचार**—स्वतंत्रता से पूर्व भारतीय पत्रकारिता विशेषकर हिन्दी पत्रकारिता स्वतंत्रता-आंदोलन उन्मुख थी। उस समय के अधिकतर समाचार-पत्रों का धर्म अंग्रेजी शासन और साम्राज्यवाद से संघर्ष करना था अतः पक्ष और विपक्ष के समाचारों की भरमार हमारे समाचार-पत्रों में रहती थी। वही परंपरागत विरासत आज तक चली आ रही है और उसी विरासत में मिली परंपरा का निर्वहन भारतीय समाचार-पत्र आज तक करते आ रहे हैं। आज भी अधिकतर भारतीय समाचार-पत्रों में राजनीतिक समाचारों का ही बाहुल्य रहता है। इस संदर्भ में एवर ड्रिबर्ग का कहना है कि देश के विकास और परिवर्तन की मूल समस्याओं के प्रति भारतीय प्रेस का दृष्टिकोण अपरिपक्व है और भारतीय प्रेस को बस एक ही रोग है—राजनीति, और राजनीति भी सत्तालोलुप। वास्तव में देशी समाचारों से तात्पर्य उन समाचारों से है ज़ो अपने देश के संबंध में हों। इसमें आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक सभी प्रकार के समाचार आते हैं लेकिन दुर्भाग्य से भारतीय प्रेस राजनीति की खबरों को ही सदैव वरीयता देती है। राजनीति में भी सिर्फ कुर्सी की राजनीति को ही प्रेस उछालती है, उस पर वाद-विवाद करती है। पत्रकार, आर्थिक विकास और सामाजिक परिवर्तन से संबंधित राजनीति को लगभग भुला बैठे हैं। कल-कारखानों में काम करने वाले मजदूरों, खेत में दिन भर हल जोतते छोटे किसानों, शिल्पकारों और छोटे व्यापारियों से संबंधित मुद्दों को प्रेस में बहुत कम जगह मिल पाती है। दरअसल भारतीय प्रेस सर्जनात्मक साधनों की तलाश का कोई प्रयत्न ही नहीं कर रही है। हिंदी पाठकों की संख्या लगातार बढ़ रही है। इस नाते हिंदी पत्रकारिता का पाठकों के प्रति कर्तव्य भी कुछ बढ़ा है। पत्रकारों को समाचारों में ऐसे मुद्दों को प्रमुखता देनी चाहिये जिनका सीधा संबंध आम आदमी से होता है।

(2) **विदेशी समाचार**—विदेशी समाचारों का तात्पर्य उन समाचारों से है जिनकी

उत्पत्ति विदेशों में होती है। स्वतंत्रता से पहले भारतीय प्रेस में विदेशी समाचारों को काफी प्रमुख मिलती थी। इसके दो कारण थे। पहला, उस समय हम पर विदेशी शासन था सो विदेशी समाचारों, विशेषकर ब्रिटेन और उसके उपनिवेशों से जुड़े समाचारों को प्रमुखता मिलनी स्वाभाविक थी क्योंकि उन सभी समाचारों का प्रत्यक्ष-अप्रत्यक्ष प्रभाव हम पर पड़ता था। इसका दूसरा कारण यह था कि उस समय लगभग सम्पूर्ण भारतीय प्रेस को एक ही समाचार-एजेंसी 'रॉयटर' पर निर्भर रहना पड़ता था और 'रॉयटर' ब्रिटेन, अमेरिका और पश्चिमी यूरोप के समाचारों को ही प्रमुखता से टेलीप्रिंटर पर देती थी। 'रॉयटर' के अपने कुछ व्यक्तिगत स्वार्थ थे और 'रॉयटर' इन स्वार्थों के वशीभूत कुछ विशेष प्रकार के विदेशी समाचार ही भारतीय पाठकों के समक्ष परोसती थी। आजादी के बाद स्थिति बदलनी चाहिये थी लेकिन बदली नहीं। आज भी विदेशी समाचारों की नकेल ले-देकर उन्हीं पुराने हाथों में है। अधिकतर भारतीय समाचार-पत्र, चाहे राष्ट्रीय हों या क्षेत्रीय, विदेशी समाचारों के लिए कुछ विदेशी समाचार-एजेंसियों पर ही निर्भर हैं। यही कारण है कि इन एजेंसियों द्वारा भेजे गये एशियाई देशों के समाचार तो समस्या-प्रधान होते हैं, अर्थात उनमें किसी समस्या जैसे—भूख, बेरोजगारी, अशिक्षा, अधिक जनसंख्या आदि का ही जिक्र होता है जबकि पश्चिमी देशों से संबंधित समाचारों में उनके आर्थिक विकास को प्रमुखता दी जाती है।

लेकिन इस समस्या का समाधान सिर्फ प्रेस और पत्रकार ही कर सकते हैं। विदेशों से प्राप्त समाचारों में से पहले हमें उन समाचारों को चुन लेना चाहिये जिनका सीधा संबंध भारतीय जनता से हो; जैसे—ब्रिटेन में किसी अप्रवासी भारतीय का सांसद चुना जाना, दक्षिण अफ्रीका में किसी भारतीय उद्योगपति के साथ पक्षपातपूर्ण व्यवहार अथवा अमेरिका की 'सिलिकॉन वैली' में भारतीय सॉफ्टवेयर इंजीनियरों का प्रभुत्व। इसी प्रकार ऐसे विदेशी समाचारों को भी प्रमुखता मिलनी चाहिये—जो हमारे राष्ट्रहित को प्रभावित करते हों। बहरीन में सी.आई.ए. (अमरीकी खुफिया एजेंसी) की गतिविधियों की तुलना में हमारे लिए वह समाचार अधिक महत्वपूर्ण है जिसमें आई.एस.आई. (पाकिस्तानी खुफिया एजेंसी) की नेपाल या म्यांमार में बढ़ती गतिविधियों का जिक्र हो। इसी प्रकार यदि कोई यूरोपीय या लातीन अमेरिकी देश, संयुक्त राष्ट्र संघ में भारत की स्थायी सदस्यता का प्रबल समर्थन करे तो उसे प्रमुखता तो मिलनी ही चाहिये। पत्रकार को उन समस्त देशों की सैनिक हलचल पर भी पूरा-पूरा ध्यान देना चाहिये जिनका संबंध हमारी सुरक्षा व्यवस्था से है। इसी प्रकार पड़ोसी देशों में आंतरिक गड़बड़ी को भी पर्याप्त कवरेज दी जानी चाहिये।

समाचार जिन विषयों से संबंधित होते हैं, उनके आधार पर समाचारों के अनेक स्वरूप होते हैं। इन विषयों में विज्ञान, कृषि, व्यापार, मौसम, औद्योगिक-विकास,

खेल-कूद, सांस्कृतिक, साहित्य, राजनीति आदि विषय सम्मिलित हो सकते हैं। इन विभिन्न प्रकार के समाचारों का संक्षिप्त विवरण निम्नलिखित है—

विज्ञान समाचार—यदि हम कहें कि आज हम विज्ञान के युग में जी रहे हैं तो अतिश्योक्ति नहीं होगी। समय के साथ-साथ समाचारों की प्रकृति भी बदलती जाती है। एक समय वह था जब समाचार-पत्र, विज्ञान से संबंधित समाचारों से लगभग रिक्त ही रहते थे लेकिन आज समय बदल चुका है। पत्रकारिता विशेषकर हिन्दी पत्रकारिता में भी विज्ञान से संबंधित समाचार बहुतायत से मिलने लगे हैं।

हमारे जीवन का प्रत्येक पहलू विज्ञान से जुड़ा है, हमारे प्रत्येक क्रियाकलाप को विज्ञान कहीं-न-कहीं प्रभावित करता है। शरीर के भीतर होने वाली रासायनिक एवं भौतिक संक्रियायें हों या हमारे आसपास होने वाली प्राकृतिक-अप्राकृतिक घटनायें, सभी किसी-न-किसी वैज्ञानिक सिद्धांत पर आधारित हैं। चूंकि पत्रकारिता जनजीवन और समाज में होने वाली प्रत्येक घटना का दर्पण होती है, इसलिए विज्ञान और पत्रकारिता का भी गहरा संबंध है। इतिहास का सिंहावलोकन करने पर ज्ञात होता है कि पत्रकारिता के जन्म के साथ ही विज्ञान पत्रकारिता की शुरूआत हो गयी थी। लेकिन बीसवीं सदी के अंत तक भी विज्ञान पत्रकारिता, राजनीति, खेल तथा आर्थिक व सामाजिक क्षेत्र विषयक पत्रकारिता की भांति पूर्ण आकार नहीं ले सकी। इसके दो प्रमुख कारण थे—पहला यह कि इसकी चर्चा टुकड़ों में हुयी और दूसरा यह कि इसमें आम आदमी की बोलचाल की भाषा के स्थान पर विशुद्ध वैज्ञानिक शब्दावली का प्रयोग किया गया। लेकिन अब विज्ञान पत्रकारिता का स्वरूप बदलने लगा है।

पहले विज्ञान-संबंधी आलेख सिर्फ अपने को प्रगतिशील और आधुनिक सिद्ध करने के लिए छापे जाते थे, परंतु आज विज्ञान पर आधारित सामग्री किसी भी पत्र-पत्रिका की समग्रता और संपूर्णता का प्रतिमान बन गयी है। आज कोई भी अखबार चाहे राष्ट्रीय हो या क्षेत्रीय, अंग्रेजी का हो या भाषाई, विज्ञान संबंधी सामग्री के बिना मुकम्मल अखबार का दर्जा नहीं प्राप्त कर सकता। विज्ञान आधारित सामग्री चाहे समाचार के रूप में हो या विश्लेषण अथवा आलेख के रूप में, सभी पत्र-पत्रिकाओं में प्रमुखता से छापी जा रही है।

सुखद आश्चर्य है कि नये अनुसंधानों और वैज्ञानिक सफलताओं के समाचार अब प्रमुख राष्ट्रीय अखबारों में प्रथम पृष्ठ पर स्थान पाने लगे हैं। कृत्रिम उपग्रह—प्रक्षेपण, परमाणु परीक्षण, विभिन्न सामरिक हथियारों (यथा—पृथ्वी, अग्नि, त्रिशूल, निशांत, नाग आदि) से संबंधित खबरें तो बैनर के रूप में भी प्रकाशित होती हैं। इन वैज्ञानिक शोधों व सफलताओं की कहानी के 'फॉलोअप' भी अधिकतर समाचार-पत्रों में श्रृंखलाबद्ध तरीके से छापे जाते हैं और पाठक उत्सुकता से इन्हें पढ़ते हैं। विज्ञान समाचारों की अधिक कवरेज के कारण सरल व स्पष्ट है। पहले इस प्रकार की खबरों को कठिन वैज्ञानिक शब्दों में प्रस्तुत किया जाता था जिस

कारण पर्याप्त उत्सुकता के बावजूद आम आदमी तक ऐसे आलेख संप्रेषित नहीं हो पाते थे। परंतु आज वैज्ञानिक आलेख, सरल व आम आदमी की भाषा में रोचक ढंग से प्रस्तुत किये जाते हैं, जिस कारण इनकी पाठक-संख्या बढ़ी है। वैज्ञानिक सिद्धांतों को आम बोलचाल की भाषा में रोचक ढंग से प्रस्तुत कर पाने में असफल रहने वाले कुछ लेखक, इस आकर्षक व रोचक प्रस्तुतीकरण का विरोध करते हुये तर्क देते हैं कि "विज्ञान की अपनी भाषा, शब्दाबली और शैली होती है तथा इसे आवश्यक फ्रेम में रखकर ही प्रस्तुत किया जाना चाहिये।" ऐसे लेखक व पत्रकार समझ नहीं पा रहे हैं कि अगर हम विज्ञान को तथाकथित निर्धारित फ्रेम व शब्दावली में संकुचित कर देंगे तो यह जन-सामान्य के बीच कभी लोकप्रिय नहीं हो सकता। इसके पक्ष में एक उदाहरण ही पर्याप्त होगा—कुछ वर्ष पूर्व एक विदेशी वैज्ञानिक ने भेड़ का प्रतिरूप (क्लोन) विकसित किया था जिसका नाम 'डॉली' रखा गया था। संचार-माध्यमों में पर्याप्त कवरेज के कारण डॉली नामक भेड़ का यह बच्चा विश्वभर में रातोंरात लोकप्रिय हो गया था। भारत जैसे देश का भी बच्चा-बच्चा 'अपनी भाषा में' जानता था कि 'डॉली' क्या है? ऐसे अर्द्धशिक्षित लोग जिनका विज्ञान से दूर-दूर तक का भी नाता नहीं था, डॉली के विकास की कहानी, कुछ-कुछ समझ गये थे। इन सबका एक ही राज था—सरल, बोलचाल की भाषा में प्रस्तुतीकरण। अगर इस वैज्ञानिक घटना को साइटोजेनेटिक्स, क्लोनिंग और टिश्यू-कल्चर की जटिल वैज्ञानिक भाषा में पाठकों को परोसा जाता तो शायद आम पाठक इस महत्वपूर्ण उपलब्धि के ज्ञान से वंचित ही रह जाता।

'नवभारत टाइम्स' और 'दैनिक जागरण' ने वैज्ञानिक आलेखों को सरल भाषा में प्रस्तुत करने में काफी कुशलता का परिचय दिया है। 'नवभारत टाइम्स' जहां स्वास्थ्य एवं पर्यावरण के उपयोगी आलेखों को साप्ताहिक परिशिष्ट 'रविवार्ता' में स्थान देता है वहीं 'दैनिक जागरण' ऐसी सामग्री नियमित रूप से संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित करता है। विज्ञान पर आधारित सूचना-उद्योग, इक्कीसवीं सदी के प्रारंभ में उत्तरोत्तर प्रगति के नये सोपान तय कर रहा है। स्वास्थ्य और सामान्य वैज्ञानिक विषयों पर सामग्री देने वाली पत्रिकायें, न्यूज-स्टैंड पर खूब बिकती हैं और पाठकों विशेषकर बच्चों एवं युवाओं में काफी लोकप्रिय भी हैं।

विज्ञान समाचार की भाषा सरल और सुबोध होनी चाहिए। तकनीकी तथा पारिभाषिक शब्दों के लिए हिन्दी का यथा-संभव प्रयोग करना चाहिए। कभी-कभी पाठक अपेक्षा करते हैं कि तकनीकी शब्दों के अंग्रेजी रूपांतर भी दिये जायें, क्योंकि कुछ लोग अभी विज्ञान की शब्दावली के कतिपय हिन्दी रूपों से परिचित नहीं हैं। ऐसी स्थिति में भाषायी कट्टरपन से काम नहीं चल सकता। वैज्ञानिक तथ्यों को पाठकों के लिए सुबोध बनाने हेतु चित्रों, तालिकाओं, मानचित्रों और रेखाचित्रों की भी सहायता ली जा सकती हैं क्योंकि इनके प्रयोग से 'स्टोरी' अधिक सुग्राह्य बन सकेगी।

अपराध समाचार—चूंकि आधुनिक मानव बिना मेहनत किये अधिकाधिक धन कमा लेना चाहता है, रातों-रात करोड़पति बन जाना चाहता है इसलिए वह कई प्रकार के अपराध कर बैठता है। आसपास घट रही आपराधिक गतिविधियों के कारण व्यक्ति की अपनी सुरक्षा भी प्रभावित होती है इसलिए वह अपराध-समाचारों में काफी दिलचस्पी रखता है। चोरी, डकैती, हत्या, बलात्कार, अपहरण आदि के समाचार सभी प्रकार के समाचार-माध्यमों में छाये रहते हैं। कई समाचार-पत्रों विशेष रूप से क्षेत्रीय पत्रों में इस प्रकार के अपराध से संबंधित समाचार मुखपृष्ठ पर 'बॉक्स' में छापे जाते हैं।

कुछ लोग मानते हैं कि इस प्रकार के समाचारों के प्रकाशन का कोई नैतिक औचित्य नहीं है। इस प्रकार समाचारों को बहुत बढ़ा-चढ़ाकर प्रस्तुत किया जाता है और इन्हें काफी चटपटा बना दिया जाता है। लेकिन अपराध के समाचारों का न छापा जाना, समस्या का अंतिम हल नही है। इस प्रकार के समाचारों को दबा देना नीति के विरुद्ध तो है ही साथ ही न्याय-संगत भी नहीं है। वस्तुस्थिति को आम-जनता तक न पहुंचने देना अनुचित है क्योंकि अक्सर देखा गया है कि किसी आपराधिक कुकृत्य की समाचार-माध्यमों द्वारा कवरेज के बाद ही पुलिस और प्रशासन सक्रिय होता है और कानून के हाथ अपराधी की गर्दन तक पहुंचते हैं। वैसे भी सिद्धांत की बात है कि अपराध भी किसी न किसी रूप में 'समाचार' की परिभाषा के अंतर्गत आते हैं और 'समाचार' को जनता तक पहुंचाना समाचार-माध्यमों का ही कार्य है।

इस प्रकार के समाचारों को समाचार-माध्यमों में कवरेज तो मिलनी चाहिये लेकिन तथ्यों के बीच संतुलन का ध्यान अवश्य रखा जाना चाहिये। ध्यान रहे कि अपराध-समाचार इस ढंग से जनता के सामने प्रस्तुत किये जायें कि उनसे समाज-विरोधी तत्वों को बल न मिले, समाज में अपराध-प्रवृत्ति न फैले और पुलिस के काम में कोई अड़चन न आये। समाचार की भाषा संतुलित होनी चाहिए। तथ्यों का नाटकीय, मसालेदार, अतिरंजित और रोमांटिक वर्णन नहीं करना चाहिए। इस प्रकार की सावधानी विशेष रूप से बलात्कार तथा अन्य यौन-अपराधों के मामलों में अनिवार्य रूप से बरती जानी चाहिए। अपराध-समाचारों की अपनी एक आचार-संहिता है। यौन-अपराधों की पीड़ित स्त्री और किशोर या बाल अपराधियों के नाम समाचार में नहीं देने चाहिए। यदि दो व्यक्ति सड़क पर लड़ाई-झगड़ा कर रहे हों तो उसे तो समाचार बनाया जा सकता है लेकिन यदि कोई पति-पत्नी लड़ते हुए सड़क पर आ जायें तो शालीनता इसी में है कि उन पर समाचार न बनाया जाये।

अक्सर देखा गया है कि काफी लम्बे समय तक अपराध-समाचारों की रिपोर्टिंग करते-करते संवाददाता, पुलिस कर्मचारियों के समान व्यवहार करने लगता है, उसकी कार्यशैली में 'दण्ड' धारण करने वालों की सी कठोरता आ जाती है और

वह सभी को सन्देह की दृष्टि से देखने लगता है। लेकिन संवाददाता को मानवता के बुनियादी मूल्यों की अवहेलना कभी नहीं करनी चाहिए। संवाददाता का काम शासन-व्यवस्था के लिए बल-प्रयोग करना कदापि नहीं है। वह तो अपनी लेखनी द्वारा समाज की समाचार-जिज्ञासा शांत करता है और एक प्रकार से 'सत्य' से समाज को परिचित कराता है। इसलिए संवाददाता को किसी भी अपराधी या उसके द्वारा किये गये अपराध का वर्णन करते हुए शालीनता और शिष्टता का पालन करना चाहिए। यह सदैव ध्यान रखना चाहिए कि न्यायालय में दोष सिद्ध होने से पूर्व कोई भी व्यक्ति, अपराधी नहीं होता है।

मौसम समाचार—किसी क्षेत्र विशेष के मौसम का व्यक्ति और उसके दैनिक क्रियाकलापों पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ता है इसलिए व्यक्ति किसी दिन विशेष के मौसम को जानने के लिए लालायित रहता है ताकि कार्यक्रम में आवश्यक फेरबदल की जा सके। पुराने जमाने में जब लोग पैदल या बैलगाड़ी पर सफ़र करते थे तो उन्हें आने वाले दिनों के मौसम का ध्यान रखना पड़ता था। मौसम की यह महत्ता आज भी कम नहीं हुयी है। जब कोई समुद्री जहाज अपनी यात्रा शुरू करता है तो पहले वह संभावित मौसम की पर्याप्त जानकारी ले लेता है। इसी प्रकार वायुयान भी आंधी और तूफान से बचने के लिए मौसम के बारे में जान लेते हैं।

समाचार-पत्रों, रेडियो, टेलीविजन और अन्य समाचार-माध्यमों में मौसम संबंधी समाचारों में सबकी दिलचस्पी रहती है। इसका कारण यह है कि हमारे सामाजिक व आर्थिक जीवन को मौसम प्रभावित करता है। कृषि, व्यापार, पर्यटन, औद्योगिक उत्पादन आदि सभी क्षेत्रों में मौसम के अनुसार ही योजनायें बनती हैं। खेल-कूद और सांस्कृतिक कार्यक्रम भी मौसम के अनुसार ही तय होते हैं। भारत जैसे कृषि प्रधान देश में तो मौसम संबंधी समाचारों की उपयोगिता और अधिक बढ़ जाती है। आजकल विभिन्न समाचार-माध्यमों से मौसम संबंधी जानकारी प्राप्त करके ही किसान जुताई, बुवाई आदि के निर्णय लेते हैं।

मौसम के संबंध में स्थानीयता काफी महत्वपूर्ण होती है। यदि हम दिल्ली में रहते हैं तो दिल्ली और उसके आसपास का मौसम तो हमें प्रभावित करता है और हम उसके बारे में जानना भी चाहेंगे लेकिन मेघालय, मणिपुर या अन्य उत्तर-पूर्वी राज्यों में मौसम का क्या हाल है या होगा, इसमें हमारी रुचि कम ही होगी। इसलिए मौसम संबंधी समाचार देते समय हमें अपने समाचार-पत्र के प्रकाशन-स्थल और जहां-जहां तक उसका प्रसार है, के मौसम पर ही ध्यान केन्द्रित करना चाहिए। मौसम संबंधी आंकड़े (तापमान, वर्षा या अनावृष्टि) देते समय भी उन सभी स्थानों के बारे में अधिकाधिक जानकारी देनी चाहिए जहां-जहां हमारा समाचार-पत्र जाता है।

मौसम संबंधी समाचार दो प्रकार के हो सकते हैं—सामान्य और विशेष मौसम समाचार। किसी स्थान विशेष का तापमान, मौसम का पूर्वानुमान, मौसम

कैसा रहा, मौसम कैसा रहेगा, आकाश में बादल थे या नहीं? आदि सामान्य मौसम समाचार होते हैं। इस प्रकार के समाचार स्थानीय मौसम-विज्ञान के कार्यालय से आसानी से मिल जाते हैं। कुछ मौसम-विज्ञान केन्द्र या कार्यालय प्रतिदिन नियमित रूप से मौसम के विषय में विज्ञप्तियां जारी करते हैं। विशेष मौसम समाचार तब बनते हैं जब किसी क्षेत्र विशेष में कई दिनों से लगातार भारी वर्षा हो रही हो या हिमपात हो रहा हो। ऐसी स्थिति में संवाददाता को क्षेत्र में घूम-घूमकर मौसम संबंधी आंकड़े इकट्ठा करने पड़ते हैं और फिर 'स्टोरी' तैयार करनी पड़ती है। यहां संवाददाता को विस्तृत रूप से बताना/लिखना चाहिए कि गर्मी से पारा कितना चढ़ा, लू की स्थिति क्या रही, क्या लू लगने से कुछ मौतें भी हुयीं, यह गर्मी कब तक चलेगी, गर्मी का प्रकोप घटेगा या अभी और बढ़ेगा, क्या इसके कारण पहाड़ों पर पर्यटन के लिए जाने वाले लोगों की संख्या में भी वृद्धि हुयी, इससे आज जनता के स्वास्थ्य पर क्या विपरीत प्रभाव पड़ा और व्यक्ति का आम-ज़ीवन कैसे और कितना प्रभावित हुआ?

मौसम सभी व्यक्तियों को किसी न किसी रूप में प्रभावित करता है इसलिए इसके समाचारों को सभी उत्सुकता से देखते-पढ़ते हैं। यदि संवाददाता थोड़ी-सी संवेदनशीलता, थोड़ी सी कल्पनाशीलता का प्रयोग करे तो वह मौसम संबंधी समाचारों को अत्यंत मर्मस्पर्शी और हृदयग्राही बना सकता है। यदि संवाददाता थोड़ी मेहनत कर यह समाचार दे कि अत्याधिक गर्मी या वर्षा का चिड़ियाघर के जानवरों पर क्या प्रभाव पड़ रहा है? कैसे उनकी दिनचर्या प्रभावित हो रही है? और इसके कारण उन्हें किन-किन मुश्किलों का सामना करना पड़ रहा है? तो 'स्टोरी' अत्यंत रोचक बन जायेगी क्योंकि इसमें मानवीय-रुचि का तत्व भी होगा।

विधायिका समाचार—केन्द्रीय संसद और राज्यों के विधानमण्डलों में चलने वाली कार्यवाही और उनमें लिए जाने वाले निर्णयों के समाचार प्रत्येक व्यक्ति जानना चाहता है क्योंकि वहां उन्हीं के भेजे प्रतिनिधि, उन्हीं के बारे में निर्णय करते हैं। इसलिए संसद और राज्य विधानमण्डलों की कार्यवाही में जनता की रुचि होना स्वाभाविक ही है। जिन कानूनों के अधीन हम रहते हैं, व्यवहार करते हैं, कर आदि अदा करते हैं या व्यापार आदि करते हैं, इन सबका फैसला संविधान के अनुसार विधायिका करती है। इसलिए जनता, विधायिका में होने वाली बहस, चर्चा-परिचर्चा और उनमें लिए जाने वाले निर्णयों के बारे में नवीनतम और विश्वसनीय जानकारी प्राप्त करना चाहती है।

संसद और राज्यों के विधानमण्डल समाचारों के महत्वपूर्ण स्रोत हैं। प्रतिवर्ष राष्ट्रपति संसद के संयुक्त अधिवेशन को संबोधित करते हैं। उनके अभिभाषण में सरकार की नीतियों और उसके द्वारा भविष्य में किये जाने वाले कार्यों का ब्यौरा रहता है। संसद इस अभिभाषण पर बहस कर इसे पास करती है। राष्ट्रपति के

अभिभाषण पर होने वाली बहस से संबंधित समाचार काफी लोकप्रिय होते हैं। इसी प्रकार देश का बजट संसद में और राज्यों का बजट उनकी विधानसभाओं में लगभग प्रतिवर्ष पेश किया जाता है। इस बजट का आम जनता, उद्योगपतियों, व्यापारियों, किसान-मजदूरों, छात्रों और गृहणियों से सीधा और गहरा संबंध होता है। इस बजट पर पहले बहस होती है और फिर मतदान द्वारा इसे पास किया जाता है। बजट पेश किये जाने पर सभी समाचार-पत्र इससे संबंधित समाचार 'बैनर' के साथ छापते हैं और सभी न्यूज-चैनल बजट पर विशेष कार्यक्रम प्रसारित करते हैं।

इसी प्रकार प्रश्नकाल और शून्यकाल में जनहित से संबंधित मसले उठने पर उन पर समाचार-माध्यमों में चर्चा-परिचर्चा होती है। किसी संकटपूर्ण स्थिति के पैदा होने या असाधारण घटना घटने पर संसद में ध्यानाकर्षण और स्थगन-प्रस्ताव पेश किये जाते हैं। सरकारी और गैर-सरकारी विधेयक भी जब-तब संसद में पेश किये जाते रहते हैं। इन सभी से संबंधित समाचार विभिन्न माध्यमों पर प्रमुखता से प्रकाशित और प्रसारित किये जाते हैं। साझा सरकारों के आज के युग में किसी सहयोगी दल द्वारा सरकार से समर्थन वापस लिए जाने पर सरकार द्वारा विश्वास-मत या विपक्ष द्वारा अविश्वास-प्रस्ताव पेश किया जाता है। इससे संबंधित समाचार जनता के आकर्षण का खास केन्द्र बिन्दु होते हैं। ऐसे ही अनेकों संवैधानिक मसले हैं जिनसे संबंधित समाचार जनता, पढ़ना और सुनना चाहती है।

खेल समाचार—यह सही है कि कुछ समय पहले तक खेलकूद से संबंधित समाचार, अखबारों में कम ही पढ़ने को मिलते थे। फिर अंग्रेजी समाचार-पत्रों ने खेल-समाचार देने की परंपरा शुरू की। उन दिनों गोल्फ, हॉकी, फुटबॉल और घुड़दौड़ आदि खेलों में अंग्रेजी भाषा का ही प्रयोग होता था और अंग्रेजी समाचार-पत्र ही उन्हें छापते थे इसका एक अन्य कारण शायद यह भी था कि अंग्रेजी पत्र अधिक सामर्थ्यवान और स्रोत वाले होते थे और इन पत्रों में पृष्ठों की संख्या भी अधिक होती थी। इस कारण अंग्रेजी समाचार-पत्र खेल संबंधी समाचारों के लिए पृष्ठ सुरक्षित रख सकते थे।

लेकिन आज स्थिति पूर्णतया बदल चुकी है। अब लगभग सभी पत्र-पत्रिकाओं में खेल-समाचारों के लिए अलग से पृष्ठ सुरक्षित हैं। कई समाचार-पत्र खेल पर साप्ताहिक परिशिष्ट निकाल रहे हैं। कई खेल-पत्रिकायें (जैसे—क्रिकेट भारती, क्रिकेट सम्राट आदि) भी निकल रही हैं। इलैक्ट्रानिक माध्यम भी इस दौड़ में पीछे नहीं हैं। कई टेलीविजन कंपनियों ने तो 'खेल' पर ही अलग से चैनलों के प्रसारण की व्यवस्था कर रखी है। डी.डी. स्पोर्टस, स्टार स्पोर्टस आदि टेलीविजन चैनल खेल प्रेमियों में खासे लोकप्रिय हैं। वस्तुतः इलैक्ट्रानिक माध्यमों के बढ़ते प्रचार-प्रसार के कारण खेल-समाचार अधिक लोकप्रिय हुये हैं और उनकी मांग भी बढ़ी है।

आज शायद ही कोई ऐसा दैनिक, साप्ताहिक या मासिक हो जिसमें खेल-कूद का नियमित स्तंभ न हो। भारतीय जनता की खेल-समाचारों में बढ़ती रुचि के

कारण ही कोई राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय खेल-प्रतियोगिता होने पर रेडियो से उसका 'आंखों देखा हाल' प्रसारित किया जाता है और टेलीविजन पर उसका सीधा प्रसारण किया जाता है। खेल रिपोर्टर को कई प्रकार की समस्याओं सें जूझना पड़ता है। इस मामले में सबसे बड़ी समस्या खेल-शब्दावली की है क्योंकि भारत में प्रचलित अधिकतर खेल विदेशी हैं और इनकी शब्दावली हमारे लिए सिरदर्द बनी हुयी है। कुछ नये हिन्दी खेल-शब्द गढ़े जा चुके हैं, कुछ का अनुवाद हो चुका है और कुछ अनुवाद की प्रक्रिया में हैं।

अनेक चुनौतियों और समस्याओं के बावजूद अन्य सभी विधाओं के लेखन की तरह खेल-लेखन के सम्मुख विकास की अपरंपार संभावनायें हैं। लेकिन ये संभावनायें तभी मूर्त रूप ले सकेंगी जब खेल-समाचारों को उचित सम्मान दिया जाये। आज खेल-पत्रकार को सबसे कम-अक्ल पत्रकार और खेल-डेस्क को सबसे घटिया और उबाऊ माना जाता है। कुछ भी हो, आज खेल-समाचार किसी भी समाचार-माध्यम (पत्र-पत्रिका और टेलीविजन आदि) के महत्वपूर्ण और आवश्यक अवयव होते हैं।

रोजगार समाचार—आज हमारा देश जिन प्रमुख समस्याओं से जूझ रहा है उनमें बेरोजगारी सबसे प्रमुख है। इसी कारण रोजगार-समाचार समाज के सभी वर्गों में काफी लोकप्रिय हैं। रोजगार के अधिकतर समाचार तो विज्ञापन के रूप में छपते रहते हैं लेकिन अब रोजगार-उन्मुख समाचार भी सभी पत्र-पत्रिकाओं में जगह बनाने लगे हैं।

कई समाचार-पत्रों में किसी दिन-विशेष, रोजगार-समाचार छापे जाते हैं। भारत सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के अधीन कार्यरत 'प्रकाशन विभाग', एक साप्ताहिक, अंग्रेजी में 'एम्प्लायमेंट न्यूज' और हिन्दी में 'रोजगार-समाचार' के नाम से प्रकाशित करता है। अंग्रेजी और हिन्दी के अलावा यह उर्दू में भी छपता और बिकता है। इसके अतिरिक्त आगरा से 'रोजगार संग्रह' भी नियमित रूप से प्रकाशित होता है। रेडियो और टेलीविजन पर रोजगार समाचारों से युक्त कई कार्यक्रमों का प्रसारण भी होता है।

फिल्म समाचार—फिल्म, फिल्म-कलाकारों और फिल्म उद्योग से संबंधित समाचारों में पाठकों की रुचि उतनी ही अधिक होती है जितनी सिनेमा-प्रेमियों में फिल्म देखने की। वर्तमान समय में अन्य समाचारों के साथ-साथ फिल्म-समाचारों को भी समकक्ष महत्व दिया जाता है। फिल्म-समाचारों के अंतर्गत फिल्म-निर्माण, फिल्म-समीक्षा, फिल्मी कलाकारों के जीवन, फिल्म व्यवसाय और उद्योग से संबंधित खबरों का समावेश किया जाता है। इन समाचारों को लगभग सभी पत्र-पत्रिकाओं में आकर्षक चित्रों के साथ प्रस्तुत किया जाता है।

जिस प्रकार फिल्मों का इतिहास अधिक पुराना नहीं है, ठीक उसी प्रकार

फिल्मी पत्रकारिता का इतिहास भी नया ही है। हिन्दी की फिल्मी पत्रकारिता तो अभी अपने शैशवकाल में ही है। यह भी अजब संयोग ही है कि फिल्म निर्माण के केन्द्र तो मुंबई, कोलकाता और चेन्नई रहे हैं लेकिन फिल्मी-पत्रकारिता का केन्द्र सदा से ही दिल्ली रहा है। हालांकि मुंबई से भी कुछ फिल्मी पत्र-पत्रिकायें निकलती हैं लेकिन अग्रणी होने का श्रेय दिल्ली की फिल्मी-पत्रकारिता को ही है। आज सबसे अधिक फिल्मी पत्रिकायें दिल्ली से ही प्रकाशित होती हैं। इतिहास बताता है कि सबसे पहले 'हरिशचन्द्र' नामक मूक फिल्म का निर्माण हुआ। फिर कई मूक फिल्में बनी। इनमें कलाकार बोलते नहीं थे अर्थात फिल्म में आवाज और स्वर नहीं थे। फिर 1931 में 'आलम-आरा' के निर्माण ने लोगों को आश्चर्यचकित कर दिया। इसे पहली बोलती फिल्म कहा जाता है। अब सिनेमा के कलाकार 'संवाद' बोलने लगे और पेड़ों के आगे-पीछे गाना गाने लगे थे। इस प्रकार फिल्मों का जादू लोगों के सिर चढ़कर बोलने लगा। लोगों में फिल्मों, कलाकारों और उद्योग के विषय में जानने की उत्सुकता जागृत हुयी। इस परिप्रेक्ष्य में 1932 में दिल्ली से पहली फिल्मी-पत्रिका 'रंगभूमि' का प्रकाशन शुरू हुआ। इस साप्ताहिक पत्रिका का मूल्य तब दो पैसे रखा गया था। 'रंगभूमि' के प्रत्येक संस्करण में मुखपृष्ठ पर किसी अभिनेत्री का आकर्षक चित्र होता था और इसके भीतर निर्माणाधीन फिल्मों का विवरण, फिल्मी-समीक्षायें, फिल्मी कलाकारों का परिचय और उनके जीवन से जुड़े अन्य पहलुओं का विवरण, कवितायें, फिल्मों के गीत और फिल्म उद्योग से संबंधित अन्य समाचार होते थे।

आज लगभग प्रत्येक समाचार-माध्यम पर फिल्मी समाचार छाये रहते हैं। पहले फिल्मी समाचारों में समीक्षायें, फिल्मी-कहानियां आदि ही आते थे लेकिन अब फिल्मी समाचारों के नाम पर अफवाहों, गपशप और फिल्मी कलाकारों के प्रेम-प्रसंगों को ही अधिक प्रमुखता दी जाती है। आज लगभग सभी पत्र-पत्रिकायें फिल्मों पर विशेष समाचार, स्तंभ आदि दे रहे हैं। कई पत्रों ने तो साप्ताहिक रूप से फिल्मों से संबंधित रंगीन और आकर्षक पोस्टर भी छापने शुरू कर दिये हैं लेकिन पंजाब से निकलने वाले कुछ अखबारों ने तो फिल्मी समाचारों को अन्य समाचारों के मुकाबले काफी अधिक तरजीह देनी शुरू कर दी है। 'पंजाब केसरी', 'वीर प्रताप' और 'हिंदी मिलाप' सप्ताह में एक बार नियमित रूप से फिल्मी संस्करण छाप रहे हैं। इस दिन मुखपृष्ठ पर किसी अभिनेत्री या अभिनेता का चित्र छापा जाता है और अंदर के एक या दो पृष्ठ फिल्मी समाचारों, गपशप आदि के लिए सुरक्षित कर दिये जाते हैं। 'पंजाब केसरी' का समाज के निचले वर्गों में लोकप्रियता पाने का प्रमुख कारण उसका फिल्मी तेवर और कवरेज ही है।

पहले फिल्मी पत्रकार को बहुत अधिक आदर की दृष्टि से नहीं देखा जाता था लेकिन अब स्थिति बदल चुकी है। आज व्यावहारिक रूप से फिल्मी-पत्रकार का योगदान किसी भी अन्य पत्रकार से किसी भी रूप में कम नहीं है। फिल्मी समाचारों

को अब सभी पत्र-पत्रिकाओं में आवश्यक रूप से प्रकाशित किया जाता है। लगभग सभी बड़े समाचार-पत्रों में अलग से फिल्म-संपादक की नियुक्ति की जाती है।

उद्योग समाचार—नई आर्थिक नीतियों और व्यापार में खुलेपन की नीति के कारण भारतीय समाज में नये-नये उत्पादों को खरीदने और उनका उपभोग करने की प्रवृत्ति बढ़ी है। इसी कारण पाठक और श्रोता बाजार में आने वाले नये-नये उत्पादों के बारे में जानने को उत्सुक रहता है और यही उद्योग समाचारों की लोकप्रियता का कारण भी है। आज किसी भी नये उत्पाद के आने पर पत्र-पत्रिकाओं में उसकी समीक्षा प्रकाशित होती है। 'दैनिक जागरण' नियमित रूप से 'नये उत्पाद' नामक स्तंभ छापता है तो 'हिन्दुस्तान', 'ऑटो फोकस' नामक एक साप्ताहिक स्तंभ प्रकाशित करता है जिसमें नई कारों, स्कूटर, मोटर साइकिलों और अन्य वाहनों के बारे में विस्तृत विवरण होता है।

इसके अलावा किसी क्षेत्र विशेष में शुरू हुये किसी कारखाने, कंपनियों के विलय और उद्योगपतियों की व्यावसायिक प्रतिस्पर्द्धा से संबंधित खबरें भी उद्योग-समाचारों के अंतर्गत आती हैं और लोग इन्हें रोचकता और उत्सुकता के साथ पढ़ते हैं।

कृषि एवं ग्रामीण समाचार—पूर्व प्रधानमंत्री स्वर्गीय चौधरी चरण सिंह ने कभी कहा था कि—"भारत की खुशहाली का रास्ता गांवों से होकर जाता है।" यह कथन अक्षरशः सत्य है क्योंकि भारत एक कृषि-प्रधान देश है और यहां की संपूर्ण अर्थव्यवस्था कृषि पर ही आधारित है और यहां का सामाजिक ढांचा, खेती और किसानों पर ही खड़ा है। ग्रामीण लोगों के जीवन-यापन का मुख्य स्रोत तो कृषि है ही, साथ ही अन्य लोग भी प्रत्यक्ष-अप्रत्यक्ष रूप से खेती से ही जुड़े हैं। किसानों की अभिरुचि के अनुकूल पठन सामग्री उपलब्ध कराने के लिए गांव और खेती से संबंधित अनेक पत्र-पत्रिकायें प्रकाशित की जाती हैं। इसी से संबंधित समाचार, कृषि-समाचार कहलाते हैं।

गांवों और किसानों के लिए कृषि पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो एवं टेलीविजन का महत्व दिन-प्रतिदिन बढ़ रहा है। खेती के विशाल क्षेत्र के अनुरूप कृषि समाचारों की मांग भी लगातार बढ़ रही है। कृषि पत्र-पत्रिकाओं की प्रसार-संख्या काफी उत्साहवर्द्धक है। पुणे (महाराष्ट्र) से प्रकाशित 'शेतकारी' नामक मासिक की प्रसार संख्या लाखो में है। कृषि संबंधी समाचारों की लोकप्रियता के कारण ही आज आम भारतीय किसान के कंधे पर हल के साथ रेडियो भी लटका रहता है। यदि हम कहें कि देश में हरित क्रांति के लिए पत्र-पत्रिकायें, विशेष रूप से रेडियो जिम्मेदार है तो अतिश्योक्ति नहीं होगी, क्योंकि इन समाचार-माध्यमों के सहारे ही किसान खेती से संबंधित नवीनतम तकनीकी जानकारी प्राप्त करते हैं।

यद्यपि अब लगभग सभी समाचार-माध्यमों में कृषि संबंधी समाचार दिये जाने लगे हैं, टेलीविजन पर 'कृषि दर्शन' नामक कार्यक्रम वर्षों से नियमित रूप से प्रसारित

हो रहा है, तथापि इस दिशा में अभी बहुत कुछ किया जाना शेष है। यदि हमारे समाचार-माध्यम ग्रामीण समस्याओं और कृषि संबंधी समाचारों को नियमित रूप से देने लगें, इस पर साप्ताहिक परिशिष्ट निकालने लगें तो ग्रामीण पाठकों/श्रोताओं की संख्या बेतहाशा बढ़ सकती है। दक्षिण भारत के भाषायी अखबारों ने इस दिशा में सराहनीय कार्य किया है। कृषि संबंधी समाचार के चयन के निम्नलिखित आधार हो सकते हैं—

(1)	सामायिकता	(2)	कृषि शिक्षा
(3)	कृषि शिक्षण संस्थायें	(4)	मौसम
(5)	पर्यावरण	(6)	प्रदूषण
(7)	नये आविष्कार	(8)	नये बीज, यंत्र आदि
(9)	व्यक्तिगत अनुभव	(10)	सामाजिक अनुभव
(11)	कृषि अनुसंधान	(12)	कृषि विपणन
(13)	सरकारी सहायता	(14)	ग्राम सेवकों के क्रियाकलाप
(15)	ग्राम पंचायतें	(16)	बिजली-पानी से संबंधित समाचार
(17)	कृषि कानून	(18)	ग्रामीण विकास बैंक
(19)	सहकारी बैंक	(20)	ग्रामीण कुटीर उद्योग
(21)	खेतिहर मजदूरों की समस्यायें	(22)	कृषि-रोजगार समाचार
(23)	आर्थिक नीतियों का कृषि पर प्रभाव		

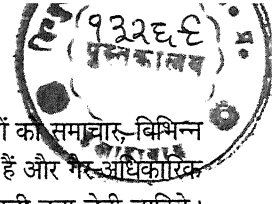
दुर्भाग्य से आज भी भारतीय पत्रकारिता का आचरण मुख्य रूप से शहरोन्मुखी ही है। अंग्रेजी पत्र-पत्रिकायें तो ग्रामीण समाचारों को त्याज्य समझती हैं। केवल पत्र-पत्रिकाओं के ही नहीं, टेलीविजन एवं इंटरनेट के भी समस्त केन्द्र देश एवं राज्यों की राजधानियों और कुछेक महानगरों तक ही सीमित हैं। कृषि आज भी सकल राष्ट्रीय आय में सर्वाधिक योगदान देती है लेकिन विभिन्न समाचार-माध्यमों में कृषि या ग्रामीण रिपोर्टिंग की परंपरा लगभग न के बराबर है। कोई भी समाचारपत्र ग्रामीण जनजीवन या खेती पर आधारित परिशिष्ट नहीं निकाल रहा है। समाचार-पत्र, कृषि एवं गांवों को रिपोर्टिंग में कितना स्थान देते हैं, इस पर आज तक जितने भी शोध हुये हैं, सबके सब बेहद निराशाजनक हैं। उदाहरण के लिए 1973 में 'आर्यावर्त' ने अपने कुल स्थान में से कृषि एवं गांव से जुड़ी समस्याओं को मात्र 1.77 प्रतिशत स्थान ही दिया। इसी प्रकार सन 1979 में 'उदयपुर डेली' ने 1.32 प्रतिशत, 'द हिंदुस्तान टाइम्स' ने 3.34 प्रतिशत, 'द इंडियन एक्सप्रेस' ने 2.37 प्रतिशत और 'द टाइम्स ऑफ इंडिया' ने 3.53 प्रतिशत स्थान ही कृषि समाचारों को दिया। इसी तरह सन 1980 में 'नवभारत टाइम्स', 'हिंदुस्तान', 'पंजाब केसरी', 'दैनिक ट्रिब्यून' ने समान रूप से लगभग 3.50 प्रतिशत स्थान कृषि एवं ग्रामीण समाचारों को दिया। सन 1982 में 'अमर उजाला' ने 2.30 प्रतिशत, 'संयुक्त कर्नाटक' ने 5.04 प्रतिशत, 'प्रजावाणी' ने 4.13 प्रतिशत एवं 'कन्नड़ प्रभा' ने 2.7 प्रतिशत स्थान इस प्रकार के समाचारों को दिया। सन 1990 में 'द हिंदु' एवं 'द इकानॉमिक टाइम्स' ने लगभग

1.74 प्रतिशत तथा 1994 में 'इनाडु' ने 3.83 प्रतिशत, 'आंध्र प्रभा' ने 3.65 प्रतिशत, 'उदयम' ने 2.97 प्रतिशत और 'आंध्र ज्योति' ने 2.72 प्रतिशत स्थान कृषि एवं ग्रामीण महत्व के विषयों को प्रदान किया। अगर आज भी ऐसा कोई शोध किया जाये तो निष्कर्ष लगभग ऐसे ही होंगे अर्थात बेहद निराशाजनक।

आज जिस तीव्रता से गांवों में भी संचार-सुविधाओं का विस्तार हो रहा है, साक्षरता का प्रतिशत बढ़ रहा है और ग्रामीण लोगों की क्रयशक्ति बढ़ रही है, उससे ग्रामीण पत्रकारिता एवं कृषि संबंधी समाचारों के लिए एक आशावादी संकेत अवश्य मिलता है। यदि कृषि संबंधी समाचारों पर थोड़ा और ध्यान दिया जाये तो पत्रकारिता, विशेषकर हिन्दी पत्रकारिता पूर्णता को प्राप्त कर सकती है।

स्वास्थ्य समाचार–प्रत्येक मनुष्य चाहता है कि वह सम्पूर्ण जीवनभर निरोग बना रहे लेकिन फिर भी मनुष्य यदा-कदा विभिन्न प्रकार की स्वास्थ्य समस्याओं से पीड़ित रहता है। बीमारियों से बचाव और रोगों के उपचार में चिकित्सक तो महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते ही हैं, हमारे समाचार-माध्यमों की भूमिका भी कुछ कम नहीं है। विभिन्न पत्र-पत्रिकायें रोगों से बचाव के साधन बताते रहते हैं। चिकित्सा- विज्ञान से संबंधित महत्वपूर्ण जानकारी आम लोगों तक पहुंचाने का महती कार्य भी पत्र-पत्रिकाओं द्वारा संपादित किया जाता है। इन स्वास्थ्य-समाचारों से जहां एक ओर हम रोगों से बचाव के उपाय सीखते हैं वहीं रोगों के उपचार के साधन भी ज़ान पाते हैं। आजकल कई पत्र-पत्रिकाओं में स्वास्थ्य-संबंधी विषयों पर नियमित स्तंभ और आलेख प्रकाशित होते हैं तो कई पत्रिकायें इसी विषय-विशेष पर निकल रही हैं। 'मेडी मीडिया' नामक समाचार एवं फीचर एजेंसी, स्वास्थ्य एवं चिकित्सा विषयों पर महत्वपूर्ण जानकारी सभी पत्र-पत्रिकाओं को उपलब्ध करवा रही है।

भाषण समाचार–भारतीय समाचार-माध्यमों की प्रमुख विशेषता है उनका भाषणों से भरा रहना। किसी राजनीतिज्ञ या प्रमुख हस्ती द्वारा दिये गये भाषण पर आधारित समाचार, भाषण-समाचार कहलाते हैं, रेडियो और टेलीविजन के समाचारों की शुरूआत ही प्रायः इस वाक्यांश से होती है–"*....प्रधानमंत्री (या किसी अन्य नेता) ने आज कहा कि...... ।*" अधिकतर समाचारों का अंत भी इस वाक्यांश से होता है–"*...... वे एक जनसभा को संबोधित कर रहे थे।*" यह ठीक है कि अधिकतर भाषण लंबे, उबाऊ और कभी-कभी निरर्थक होते हैं, लेकिन फिर भी उन्हें देना तो होता ही है। भाषण के समाचारों का संपादन करते समय वक्ता के अति महत्वपूर्ण विचार को इंट्रो में प्रस्तुत करना चाहिये। इस प्रकार के महत्वपूर्ण अंश का चयन करते समय किसी वाक्य के चुटीलेपन, निष्कर्ष, सिद्धांत प्रतिपादन अथवा अंतिम निर्णय की खोज उपयुक्त रहती है। यह महत्वपूर्ण अंश कहीं भी मिल सकता है–भाषण के प्रारम्भ, मध्य या अंत में। भाषणों का संपादन करते समय इस बात का भी ध्यान रखना चाहिये कि उससे भाषण के भावार्थ की मूल भावना नष्ट न हो।

समाचारों के विभिन्न स्रोत

पत्र-पत्रिकाओं और इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के संवाददाताओं को समाचार विभिन्न स्रोतों से प्राप्त करने होते हैं। ये स्रोत अधिकारिक भी हो सकते हैं और गैर-अधिकारिक भी। संवाददाताओं को अपने समाचार-स्रोतों की एक विस्तृत सूची बना लेनी चाहिये। समाचार-स्रोतों का उपभोग करना भी एक कला है और प्रत्येक संवाददाता को इस कला में निपुण होना चाहिये। समाचार-स्रोतों के निर्माण और उनके उपभोग से संबंधित नियम इस प्रकार हैं :

1. संवाददाता को अपने व्यक्तिगत संपर्क-सूत्र स्थापित करने चाहियें। प्रत्येक मंत्रालय, विभाग, कार्पोरेट कार्यालय और कंपनी में सूचनाधिकारी या जनसंपर्क अधिकारी होता है जो महत्वपूर्ण समाचारों का विश्वसनीय स्रोत माना जाता है। उससे घनिष्ठ संबंध बनाकर रखने चाहियें।
2. किसी संस्था के बड़े अधिकारियों के साथ-साथ छोटे कर्मचारियों से भी मधुर संबंध रखने चाहिये। अक्सर अधिकारियों की अपेक्षा उनके सहायकों से अधिक महत्वपूर्ण सूचनायें मिल जाती हैं। ये सूचनायें अधिकारिक तो नहीं होतीं लेकिन विश्वसनीय जरूर होती हैं।
3. संपर्क स्थापित करने के साथ-साथ उन्हें बनाये रखना भी बेहद आवश्यक है। इसके लिए अपनी ओर से सदैव प्रयत्न करते रहना चाहिये। यह एक विशिष्ठ गुण है जिसका विकास प्रत्येक संवाददाता को करना चाहिये।
4. विभिन्न राजनीतिक दलों के नेताओं से संवाददाता के आत्मीय संबंध तो होने चाहिये लेकिन उसे ध्यान रखना चाहिये कि वह स्वयं राजनेता न बन जाये।
5. अपने सूचना-स्रोत का विश्वास सदैव कायम रखिये। यदि उसने कोई *'ऑफ दि रिकॉर्ड'* बात कही है तो उसे अन्यत्र कहीं न बतायें।

अक्सर पुराने संवाददाता समाचार-संकलन के मामले में काफी आलसी हो जाते हैं। वे समझते हैं कि समाचार स्वयं चलकर उन तक पहुंच जायेंगे। विभिन्न संस्थाओं एवं संगठनों की मांगे, शिकायतें, समस्यायें और प्रेस-विज्ञप्तियां स्वयं अपने आप उन तक पहुंच भी सकती हैं लेकिन मात्र इससे उनके समाचारों में नवीनता, ताजगी और विशिष्टता का लोप हो जायेगा। इसलिए संवाददाता को उन स्रोतों का विशेष ध्यान रखना चाहिये जहां से उसे समाचार मिलते हैं। समाचार स्रोतों का सम्यक और सफल दोहन वही कर सकता है जो मानव स्वभाव को समझने में सक्षम हो और दूसरों के प्रति व्यवहार-कुशलता का परिचय दे सके। रिपोर्टिंग भी पत्रकारिता का उतना ही महत्वपूर्ण पहलू है जितना की समाचार लेखन या संपादन। किसी भी संवाददाता के लिए समाचारों के निम्नलिखित स्रोत हो सकते हैं :

1. पुलिस थाना—किसी नगर या क्षेत्र में होने वाली प्रत्येक घटना जैसे—हत्या, लूट, डकैती, चोरी, बलात्कार, मार-पीट आदि की जानकारी तुरंत स्थानीय थाने को मिल

जाती है अतः संवाददाता किसी घटना की प्रारंभिक जानकारी थाने से प्राप्त कर आगे उस 'स्टोरी' पर काम कर सकता है। इसके लिए आवश्यक है कि पुलिस विभाग के अधिकारियों व कर्मचारियों से संवाददाता के अच्छे संबंध हों और उन लोगों का विश्वास भी संवाददाता पर हो।

क्षेत्र में होने वाली किसी राजनीतिक दल की जनसभा या किसी असामाजिक संगठन की गतिविधियों की जानकारी भी पुलिस विभाग से मिल सकती है। कई 'स्कूपों' (अनूठी बातों) का स्रोत भी पुलिस थाना हो सकता है।

2. न्यायालय—न्यायालय, समाचार प्राप्ति का महत्वपूर्ण स्रोत होता है। न्यायालयों से जघन्य अपराधों, सिविल व फौजदारी के मामलों के तथ्यात्मक व विश्वस्त समाचार प्राप्त किये जा सकते हैं। अब तो न्यायालय, राजनीतिक समाचारों के भी स्रोत बन चुके हैं। चारा-घोटाले में लालू प्रसाद यादव की गिरफ्तारी या सजा, जयललिता को चुनाव के लिए अयोग्य करार दिये जाने और अयोध्या मामले में लालकृष्ण आडवाणी व उमा भारती पर आरोप तय होने जैसे महत्वपूर्ण समाचारों का स्रोत न्यायालय हो सकते हैं। न्यायालय से समाचार प्राप्त करने के लिए आवश्यक है कि संवाददाता को न्यायालय की प्रक्रिया की समुचित जानकारी हो।

3. अस्पताल—नगर में होने वाली किसी भी दुर्घटना या प्राकृतिक आपदा के घायल और मृतक सबसे पहले अस्पताल पहुंचाये जाते हैं। यहां से मृतकों व घायलों की वास्तविक संख्या का तो पता लगाया ही जा सकता है साथ ही साथ घायलों से बातचीत कर दुर्घटना का जीवंत विवरण भी प्राप्त किया जा सकता है।

4. सरकारी विभाग—विभिन्न सरकारी मंत्रालय और विभाग, समाचारों के महत्वपूर्ण और बड़े स्रोत होते हैं। प्रत्येक बड़े सरकारी विभाग, उपक्रम व संस्थान के अपने सूचना एवं जनसंपर्क अधिकारी होते हैं जिनसे उनके विभागों से संबंधित तथ्यात्मक जानकारी मिलती रहती है। इसके अलावा अपनी नीतियों, कार्यक्रमों व उद्देश्यों से जनता को परिचित कराने के लिए सरकारी विभाग यदा-कदा प्रेस-कांफ्रेंस भी आयोजित करते रहते हैं। ये तो कुछ अधिकारिक समाचार स्रोत हैं। यदि संवाददाता में विशिष्ट योग्यता और खोजी प्रवृत्ति है तो वह विभिन्न मंत्रालयों व विभागों से अपने व्यक्तिगत संपर्कों के आधार पर कुछ विशेष समाचार, यथा—भ्रष्टाचार संबंधी मामले, किसी महिला अधिकारी का उत्पीड़न या गबन आदि के समाचार भी प्राप्त कर सकता है।

5. साक्षात्कार—इसमें किसी प्रमुख राजनीतिक अथवा सामाजिक हस्ती से बातचीत कर, प्रश्न पूछकर उसके विचार प्राप्त किये जाते हैं और उन्हें समाचार के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। साक्षात्कार के उपरांत बनाये गये समाचारों में जहां जीवंतता और वास्तविकता होती है वहीं जनता इन पर अपेक्षाकृत अधिक विश्वास भी करती है। संवाददाता को सदैव साक्षात्कार लेने को तत्पर रहना चाहिये। अपने महत्व के कारण 'साक्षात्कार' पत्रकारिता की एक अलग और विशिष्ठ विधा मानी जाती है।

6. प्रेस कांफ्रेंस (संवाददाता सम्मेलन)—इसे 'साक्षात्कार' का संवर्धित रूप माना

जाता है। अंतर सिर्फ इतना है कि जहां साक्षात्कार पर संवाददाता का अपना एकमात्र अधिकार होता है वहीं प्रेस कांफ्रेंस से प्राप्त समाचार पर सभी संवाददाताओं का सामूहिक अधिकार होता है। विभिन्न राजनीतिक दल, सरकारी विभाग और निजी कंपनियां, अपनी नीतियों, कार्यक्रमों, उद्देश्यों या उत्पाद आदि से जनता को परिचित कराने के लिए 'संवाददाता सम्मेलन' का आयोजन करती हैं। इसके लिए बाकायदा सभी समाचार-माध्यमों के पत्रकारों को निमंत्रण-पत्र भेजा जाता है और फिर निर्धारित स्थान व समय पर 'संवाददाता सम्मेलन' प्रारंभ होता है। अधिकतर निमंत्रण-पत्रों में ही संवाददाता-सम्मेलन का एजेंडा या विषय तय कर दिया जाता है ताकि पत्रकार या आयोजक, विषय से भटकें नहीं।

संवाददाताओं को चाहिये कि वे अधिकाधिक प्रेस-कांफ्रेंसों में शामिल हों और उनके समाचार निष्पक्ष रूप से प्रेषित करें। प्रेस कांफ्रेंस का सबसे महत्वपूर्ण लाभ यह है कि इसमें संवाददाता, आयोजक से पूरक प्रश्न पूछकर मामले की तह तक पहुंच सकता है। चूंकि संवाददाता-सम्मेलन में एक ही समय में कई पत्रकार अपने-अपने ढंग से प्रश्न पूछते हैं इसलिए अक्सर इसमें कई अप्रत्याशित व महत्वपूर्ण समाचार निकल आते हैं। किसी प्रेस कांफ्रेंस में जाने से पूर्व संवाददाता को वैसी ही तैयारी करनी चाहिये जैसी वह साक्षात्कार के लिये जाते समय करता है। संवाददाता को विचाराधीन या प्रस्तावित विषय की पृष्ठभूमि, इतिहास और वर्तमान परिप्रेक्ष्य में उसकी भूमिका का सम्यक अध्ययन कर लेना चाहिये ताकि खोजपरक 'स्टोरी' तैयार की जा सके। इस पूर्व-तैयारी का एक लाभ यह होता है कि पत्रकार पूरे आत्मविश्वास के साथ प्रश्न पूछ पाता है।

अक्सर प्रेस कांफ्रेंस के आयोजक विशेष तौर पर कुछ सामग्री तैयार कर आमंत्रित संवाददाताओं को वितरित करते हैं। इसमें आयोजकों की ओर से विशिष्ट व्यक्ति के वक्तव्य, प्रासंगिक विषय पर आयोजकों के विचार आदि सम्मिलित रहते हैं। इस सामग्री का सम्यक् उपयोग करना चाहिये और यथा संभव इसे संभालकर भी रखना चाहिये ताकि भविष्य में कोई विवाद होने पर उसे प्रस्तुत किया जा सके।

7. **प्रेस विज्ञप्ति**—विभिन्न सरकारी विभागों, गैर-सरकारी स्वयंसेवी संगठनों, निजी कंपनियों, उद्योग-समूहों और राजनीतिक दलों द्वारा समय-समय पर अपनी नीतियों, कार्यक्रमों, क्रियाकलापों, गतिविधियों, उद्देश्यों और उपलब्धियों से संबंधित समाचार व सूचनायें, प्रेस को उपलब्ध करवाई जाती हैं। इसके लिए 'प्रेस विज्ञप्ति' की सहायता ली जाती है। प्रेस-विज्ञप्ति के माध्यम से लिखित जानकारी विभिन्न समाचार-माध्यमों को प्रकाशन या प्रसारण हेतु भेजी जाती है। ये प्रेस-विज्ञप्तियां किसी भी संवाददाता के लिए समाचारों का महत्वपूर्ण स्रोत होती हैं। प्रेस-विज्ञप्ति का एक महत्वपूर्ण लाभ यह है कि इनके लिए संवाददाता को अपनी ओर से कोई विशेष प्रयत्न नहीं करना पड़ता है अपितु ये स्वयं संवाददाता तक पहुंचती हैं।

तकनीकी आधार पर प्रेस-विज्ञप्तियां निम्नलिखित चार प्रकार की हो सकती हैं :

(क) प्रेस कम्युनिक्स—शासन द्वारा लिए गये अत्यंत महत्वपूर्ण निर्णय प्रेस कम्युनिक्स द्वारा जारी किये जाते हैं। इन महत्वपूर्ण निर्णयों में, मंत्रिमंडल में फेरबदल, किसी राज्य में राष्ट्रपति शासन, विदेशी राष्ट्राध्यक्षों से हुयी वार्तायें, किसी दूसरे देश के साथ हुये समझौते आदि की जानकारी हो सकती है। प्रेस कम्युनिक्स अत्याधिक औपचारिक व संक्षिप्त होती हैं और इनमें प्रायः संपादन की आवश्यकता नहीं होती। इन पर जारीकर्ता विभाग या मंत्रालय का नाम, दिनांक और स्थान अंकित रहता है।

(ख) हैंड-बिल/हैंड-आउट—रोजमर्रा के विविध विषयों यथा-प्रमुख हस्तियों के वक्तव्यों, संस्थाओं या संगठनों के क्रियाकलापों, संसद या विधानमंडलों की कार्यवाही आदि से संबंधित जानकारी को संबंधित विभाग द्वारा जारी किया जाना ही 'हैंड-बिल' कहलाता है। इसकी विशेषता यह है कि इसे किसी अधिकृत प्रवक्ता द्वारा जारी न करके किसी रिलीजिंग ऐजेंसी (जैसे—पत्र सूचना ब्यूरो) द्वारा जारी किया जाता है। इसमें संपादन और काट-छांट की पर्याप्त गुंजायश रहती है।

(ग) अनाधिकृत हैंड-आउट—इन्हें मौखिक वक्तव्यों या भाषणों के पूरक के रूप में जारी किया जाता है। इसमें जारीकर्ता व्यक्ति या एजेंसी का नाम, पता अंकित नहीं होता है और इनकी भाषा सरल व सारगर्भित होती है। ये अधिकतर सामायिक विषयों, वाद-विवाद आदि पर आधारित होते हैं।

(घ) प्रेस नोट्स—कुछ प्रमुख शासकीय विषयों, यथा—रेल या बस के किराये में परिवर्तन, ब्याज-दरों में परिवर्तन आदि पर शासन की ओर से प्रेस-नोट्स निर्गत किये जाते हैं। ये अपेक्षाकृत कम औपचारिक होते हैं और इन्हें संपादन के पश्चात उपयुक्त शीर्षक आदि देकर प्रकाशित/प्रसारित किया जा सकता है।

8. समाचार समितियां—समाचार समितियां या एजेंसियां किसी भी समाचार-माध्यम के लिये समाचारों का प्रमुख स्रोत होती हैं। इन्हें संवाद समिति भी कहते हैं। समाचार-पत्रों के अतिरिक्त विभिन्न पत्रिकायें, रेडियो, टेलीविजन और विभिन्न विभागों के जनसंपर्क विभाग भी राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय समाचारों के लिए समाचार-समितियों पर आश्रित रहते हैं। यहां ध्यान देने योग्य बात यह है कि समाचार-समितियां स्वयं समाचारों का प्रकाशन (प्रसारण) न करके मात्र इनका संकलन, प्रेषण और वितरण करती हैं।

विश्व की सबसे पहली समाचार एजेंसी प्रारंभ करने का श्रेय फ्रांस निवासी चार्ल्स आवास को दिया जाता है। उसने 1825 में 'न्यूज ब्यूरो' नामक प्रथम समाचार एजेंसी की स्थापना की। उसने समाचारों के संकलन के लिए संवाददाताओं की नियुक्ति की और समाचारों के प्रेषण हेतु 'तार' तथा कबूतरों तक का प्रयोग किया। इसके बाद 1849 में 'वूल्फ एजेंसी', 1848 में 'नेशनल त्रितांग' और 'हावर्ड न्यूज एसोशिएशन', 1850 में 'रॉयटर' और 'जनरल न्यूज एजेंसी' तथा 1857 में

'नेशनल न्यूयार्क एसोशिएशन प्रेस' की स्थापना हुयी। कुछ प्रमुख अंतरराष्ट्रीय समाचार समितियां निम्नलिखित हैं :

1. ए.पी. (अमेरिका)
2. आई.एन.एस. (अमेरिका)
3. यू.पी.आई. (अमेरिका)
4. रॉयटर (ब्रिटेन)
5. ए.एफ.पी. (फ्रांस)
6. इतर तास (रूस)

भारत में भी कई समाचार समितियों की स्थापना अलग-अलग समय पर की गयी है। इनमें से कुछ अभी भी कार्यरत हैं तो कुछ विभिन्न कारणवश बंद हो चुकी हैं। कुछ प्रमुख भारतीय संवाद समितियां निम्नलिखित हैं :

1. प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया
2. भाषा (पी.टी.आई. की हिन्दी सेवा)
3. युनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया
4. हिंदुस्तान समाचार
5. समाचार भारती
6. यूनीवार्ता या वार्ता
7. नेशनल न्यूज सर्विस
8. एसोसिएटेड न्यूज एंड फीचर्स
9. पत्र-सूचना ब्यूरो

9. विधान मंडल—केन्द्र में संसद के दोनों सदनों (लोकसभा व राज्य सभा) तथा राज्यों में विधान मंडलों (विधान सभाओं और विधान परिषदों) में विभिन्न राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय महत्व के विषयों पर चर्चा-परिचर्चा होती रहती है और जनहित की नीतियों व कार्यक्रमों का प्रारूप बनता रहता है। इस प्रकार विधानमंडल, समाचारों के प्रमुख स्रोत होते हैं। दिधानमंडलों से समाचार प्राप्त करने के लिए आवश्यक है कि संवाददाता को संवैधानिक प्रक्रिया व नियमों की पर्याप्त जानकारी हो।

10. अन्य स्रोत—उपरोक्त समाचार स्रोतों के अतिरिक्त विभिन्न विषयों पर आयोजित सम्मेलन, संगोष्ठी, कार्यशाला, भाषण, प्रतिवेदन आदि भी समाचारों के स्रोत हो सकते हैं। संवाददाता, शैक्षणिक संस्थाओं, स्थानीय निकायों, कारागारों आदि से भी समाचार प्राप्त कर सकते हैं।

समाचार-संकलन अत्यंत कठिन कार्य है। राजनीतिक क्षेत्र का संवाद-प्रेषण इतना विवादास्पद है कि किसी एक समाचार स्रोत पर ही आश्रित रहने से काम नहीं चल सकता। राजनीतिक नेता और दल एक ही समय पर अक्सर परस्पर विरोधी बातें कह देते हैं इसलिए आपके 'स्रोत' से गलती होने की पूरी-पूरी आशंका

रहती है या उसकी जानकारी अपूर्ण भी हो सकती है। इसलिए आवश्यक है कि सभी क्षेत्रों में आपके स्रोत एक से अधिक हों ताकि आपके समाचार सत्य, तथ्यात्मक व वास्तविकता से परिपूर्ण हों। संवाददाता को अपने 'स्रोत' के विश्वास का पूरा सम्मान करना चाहिये और कभी भी उसके विश्वास के खंडन का कारण नहीं बनना चाहिये। यदि 'स्रोत' चाहता है कि उसके नाम का उल्लेख समाचार में न किया जाये तो कभी भी ऐसा नहीं करना चाहिये।

समाचार-संकलनकर्ताओं को सुविधायें

केन्द्र एवं विभिन्न राज्य सरकारों द्वारा पत्रकारों को मान्यता दी जाती है ताकि पत्रकार सरकारी सुविधाओं और रियायतों का उपभोग कर सकें। केन्द्र सरकार के अंतर्गत सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय की प्रेस शाखा द्वारा पत्रकारों को मान्यता प्रदान की जाती है। पहले यह मान्यता राष्ट्रीय राजधानी दिल्ली में कार्यरत पत्रकारों को ही दी जाती थी लेकिन अब यह मान्यता राज्यों की राजधानियों के पत्रकारों को भी मिलने लगी है। दिल्ली में यह मान्यता प्रधान सूचना अधिकारी द्वारा और राज्यों की राजधानियों में पत्र सूचना ब्यूरो के सूचना अधिकारियों द्वारा प्रदान की जाती है। केन्द्र सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त पत्रकारों को विभिन्न प्रकार की सुविधायें दी जाती हैं। इसमें वायुयान, रेल तथा राजकीय बसों में यात्रा करने के लिए रियायती किराया सुविधा भी शामिल है। भारत सरकार के अति महत्वपूर्ण पदाधिकारी यथा—प्रधानमंत्री, राष्ट्रपति आदि जब सरकारी विदेश यात्रा पर जाते हैं तो उनके साथ कुछ मान्यताप्राप्त पत्रकारों को भी ले जाने की निशुल्क व्यवस्था की जाती है। इसी प्रकार जब विदेश से कोई अति महत्वपूर्ण व्यक्ति आता है तो भारत-भ्रमण में उसके साथ पत्रकारों को भेजा जाता है तथा उसकी प्रेस-वार्ताओं व उसके सम्मान में आयोजित भोज आदि में भी मान्यताप्राप्त पत्रकारों को आमंत्रित किया जाता है।

इसी प्रकार संसद तथा विधानमंडलों में भी पत्रकारों व संवाददाताओं को विशेष सुविधायें मिलती हैं। विभिन्न समाचार-पत्रों तथा समाचार समितियों के वरिष्ठ व अनुभवी पत्रकारों को संसद की मान्यता देने के लिए एक प्रेस दीर्घा समिति होती है। इस समिति का कार्य संसद की प्रेस दीर्घा में बैठकर समाचार संकलित करने की अमुमति देना होता है। जो पत्रकार दस वर्षों से भी अधिक समय से संसदीय समाचारों का संकलन करते आ रहे हैं उन्हें संसद के केन्द्रीय कक्ष और मतदान कक्ष में जाने की अनुमति देने की सिफारिश यह समिति लोकसभाध्यक्ष से कर सकती है।

प्रेस दीर्घा में बैठे प्रत्येक पत्र-प्रतिनिधि को हैडफोन की सुविधा मिलती है ताकि वह संसद में दिये जा रहे भाषण का हिंदी या अंग्रेजी में युगपत् अनुवाद

(तत्काल अनुवाद) सुन सके। प्रेस दीर्घा के साथ ही प्रेस-कक्ष होता है जहां से फोन आदि के द्वारा पत्रकार अपने समाचार-माध्यम से संपर्क स्थापित कर सकता है या समाचार प्रेषित कर सकता है।

विभिन्न समाचार समितियां

लगभग सभी बड़े शहरों, महानगरों, राज्यों की राजधानियों तथा अन्य समाचार स्रोतों में सभी बड़े समाचार-माध्यमों के अपने संवाददाता, समाचार-संकलन हेतु नियुक्त रहते हैं। कुछ समाचार-माध्यम तो विदेशी शहरों में भी अपने प्रतिनिधि रखते हैं। लेकिन सभी समाचार-माध्यम इतना बड़ा आधारभूत ढांचा खड़ा करने का खर्च सहन नहीं कर सकते। समाचार के सभी स्रोत नगरों में अपने प्रतिनिधि रखना किसी भी समाचार माध्यम के सामर्थ्य से बाहर की बात है। इसी कारण समाचार समितियों के निर्माण का विचार आया। ये समाचार-समितियां विभिन्न स्रोतों से समाचार एकत्रित कर अपने सदस्य समाचार-माध्यमों को भेजती हैं। पहले मात्र लिखित सामग्री ही समाचार माध्यमों को भेजी जाती थी लेकिन इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के इस युग में विडियो रिकार्डिंग, बाइट्स और चित्र आदि भी समाचार-समितियों द्वारा समाचार-माध्यमों को प्रेषित किये जाते हैं। संयुक्त राष्ट्र संघ के यूनेस्को ने 1952 में समाचार समिति को निम्नलिखित शब्दों में परिभाषित किया था :

''समाचार समिति एक उद्यम है जिसका प्रमुख उद्देश्य, चाहे उसका कानूनी स्वरूप कुछ भी हो, समाचार एवं समाचार विषयक सामग्री एकत्रित कर उसे समाचार संस्थाओं और विशेष परिस्थितियों में निजी व्यक्तियों को भी इस आशय से भेजना है ताकि उन्हें चुकाये गये शुल्क के एवज में सम्पूर्ण एवं निष्पक्ष समाचार सेवा प्राप्त हो सके।''

समाचार समिति का मुख्य उद्देश्य होता है पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन तथा सामूहिक संचार के अन्य साधनों को वितरित (प्रेषित) करने के लिए समाचार तथा प्रकाशन या प्रसारण योग्य सामग्री संकलित करना। समाचार-एजेंसी द्वारा भेजे गये समाचार निष्पक्ष, सर्वतोमुखी, यथातथ्य, बहुमुखी और पूर्ण होने चाहियें। समाचारों को सरल भाषा में लिखा जाना या प्रस्तुत किया जाना चाहिये क्योंकि समिति के ग्राहकों में सभी स्तरों के समाचार-माध्यम होते हैं। समाचार समिति को अपने समाचारों को किसी के खंडन-मंडन में उलझाकर विवादास्पद नहीं बनाना चाहिये क्योंकि ऐसा करने से समाचार समिति उन समाचार-माध्यमों का विश्वास खो बैठेगी जो उसकी सेवाओं के बदले निर्धारित शुल्क चुकाते हैं। समाचार एजेंसी के समाचार में तथ्य और आंकड़े अद्यतन और पूर्ण होने चाहिये ताकि संपादक उनके आधार पर अपना मत बना सकें और यदि आवश्यक हो तो उनके आधार पर संपादकीय में टीका-टिप्पणी कर सकें। इसीलिए प्रत्येक समाचार समिति से यह अपेक्षा की जाती

है कि वह समाचार भेजने से पूर्व उसके 'समाचारत्व' को अच्छी तरह जांच-परख ले और आंक ले।

सामान्यतः समाचार समितियां अपने ग्राहक समाचार-माध्यमों की सामर्थ्य के आधार पर अपनी समाचार सेवा को निम्नलिखित तीन श्रेणियों में विभाजित करके रखती हैं :

(क) सामान्य—सभी बड़े व महत्वपूर्ण समाचार इस श्रेणी के अंतर्गत ग्राहकों को भेजे जाते हैं। यह कुल समाचार सामग्री का लगभग 30 प्रतिशत हिस्सा होता है।

(ख) विशेष—इसमें समाचारों के अतिरिक्त समाचार विशेष का विस्तृत विवरण, पृष्ठभूमि तथा विश्लेषणात्मक सामग्री भी प्रेषित की जाती है। कुल प्रेषित की गयी सामग्री का लगभग 50 प्रतिशत हिस्सा इस श्रेणी में आता है।

(ग) अति-विशिष्ट—ग्राहकों को विशेष अभिरुचि के समाचार, आर्थिक व सामाजिक सर्वेक्षणों के नतीजे तथा व्यापारिक गतिविधियों की खबरें इस श्रेणी में भेजी जाती हैं। यह कुल प्रेषित सामग्री का लगभग 30 प्रतिशत भाग होता है।

समाचार समितियों की कठिनाईयां—विभिन्न स्रोतों से समाचारों का संग्रहण और फिर ग्राहकों को उनका वितरण एक अत्यंत कठिन कार्य है। इसके लिए समाचार समितियों को अनेकों संवाददाताओं, उपसंपादकों, प्रबंधकों, संचालकों, तकनीशियनों आदि की नियुक्ति विभिन्न स्थानों पर करनी पड़ती है। संकलित समाचारों को टेलीप्रिंटर, टेलीफोन, फैक्स, तार, इंटरनेट आदि के द्वारा प्रेषित किया जाता है। यह सब कुछ एक निर्धारित समय-सीमा के भीतर ही करना पड़ता है। 'समय' किसी भी समाचार समिति के लिए बेहद महत्वपूर्ण कारक होता है। यदि इसका ध्यान न रखा जाये तो समाचार समिति प्रतिद्वंद्वी समितियों से पिछड़ सकती है। समाचार-समितियों की आय का एकमात्र साधन सदस्यों से प्राप्त अभिदान राशि (शुल्क) होती है। इसलिए समितियों को समाचार-माध्यमों के रहमोकरम पर रहना पड़ता है।

भारत में कार्य कर रही समाचार समितियों की प्रमुख समस्या, देश का बहुभाषी स्वरूप और समाचार-प्रेषण का माध्यम है। यद्यपि आज राजभाषा हिन्दी में समाचार प्रेषित करने की सुविधायें उपलब्ध हैं और समाचार हिन्दी में संप्रेषित भी किये जाते हैं लेकिन फिर भी अधिकतर समाचार अंग्रेजी भाषा में ही भेजे जाते हैं। भारतीय भाषाओं के समाचारों को समितियां अंग्रेजी में अनुवाद कर भेजती हैं और ग्राहक सदस्य अंग्रेजी से उसे अपने पत्र की भाषा में अनुवाद कर लेते हैं। इससे एक ओर जहां सम्पूर्ण प्रक्रिया में बेहद श्रम और समय लगता है वहीं इससे समाचार की मौलिकता, स्पष्टता और शुद्धता भी प्रभावित होती है। इस समस्या का एकमात्र समाधान समाचारों का बहुभाषी संप्रेषण ही है। इसके लिए सस्ते, अच्छे तकनीकी उपकरणों के विकास की आवश्यकता है। समाचार समितियां कम शुल्क पर समाचारों का प्रेषण तब कर पायेंगी जब अधिकाधिक समाचार-माध्यम उसके सदस्य बनें। इसलिए यहां समाचार-माध्यमों के भी समाचार समितियों के प्रति कुछ कर्तव्य बनते हैं।

भारत में कार्य कर रही कुछ प्रमुख विदेशी समाचार समितियां निम्नलिखित हैं—

1. एसोसिएटिड प्रेस ऑफ अमेरिका—इसकी स्थापना 1848 में की गयी और इसका मुख्यालय वाशिंगटन में है। इसके संवाददाता सम्पूर्ण विश्व के कोने-कोने से समाचार संकलित कर भेजते हैं। इसके सदस्य-ग्राहकों की संख्या 1500 से भी अधिक है और इसकी गणना अमेरिका की प्रथम तीन समाचार समितियों में होती है।

2. युनाइटिड प्रेस ऑफ अमेरिका—इसकी स्थापना 1907 में हुयी थी और यह भी समूचे विश्व से समाचार संकलित करती है। इसकी कई सहायक एजेंसियां भी हैं जो व्यापार, फिल्म, खेल, कला-संस्कृति आदि विशेष क्षेत्रों के समाचार व फीचर प्रेषित करती हैं।

3. रॉयटर—विश्व-विख्यात समाचार एजेंसी 'रॉयटर' की स्थापना 1847 में की गयी। यह ब्रिटेन की सबसे बड़ी समाचार समिति है। स्वतंत्रता प्राप्ति से पूर्व रॉयटर की जो शाखा भारत में विदेशी समाचारों का लेन-देन करती थी वह 'ब्रिटिश ऑफिशियल वायरलेस' (BOW) कहलाती थी।

4. आवास—फ्रांस की इस समाचार समिति की स्थापना 1835 में चार्ल्स आवास ने की थी। इसी समाचार एजेंसी ने सबसे पहले प्रसंग-लेख और पृष्ठभूमि-सामग्री, अपने ग्राहकों को भेजनी प्रारंभ की थी।

5. इंटरनेशनल न्यूज सर्विस—इसकी स्थापना 1906 में की गयी। विश्व भर में इसके संवाददाता नियुक्त हैं और यह अमेरिका की प्रतिष्ठित समाचार समिति है।

6. तानजुग (Telegraph Agency of Yugoslavia)—यह युगोस्लाविया की राष्ट्रीय समाचार समिति है। इसकी स्थापना द्वितीय विश्व-युद्ध के दौरान हिटलर विरोधी युगोस्लाव स्वतंत्रता संग्राम सेनानियों ने की थी।

7. डी.पी.ए.—यह पश्चिमी जर्मनी की समाचार एजेंसी है। इसकी स्थापना 1969 में हुयी और इसका मुख्यालय हैम्बर्ग में है।

8. राष्ट्रीय संवाद समिति—यह नेपाल की एकमात्र समाचार समिति है। नेपाल सरकार ने इसके 60 प्रतिशत शेयर खरीद रखे हैं और नेपाल में समाचार-संकलन व प्रेषण का एकमात्र अधिकार इसी एजेंसी को प्राप्त है।

9. अन्य एजेंसियां—इतर तास (रूस), ए.डी.एन. (पूर्वी जर्मनी), और पी.ए.पी. (पोलैंड) भी भारत में कार्यरत हैं।

भारत में समाचार समितियों का प्रारंभ बीसवीं सदी में माना जाता है। उस समय अंग्रेजी के चार प्रमुख समाचार-पत्र *पायनियर, स्टेट्समैन, इंडियन डेली न्यूज और इंगलिश न्यूज* थे। इनमें *पॉयनियर* काफी आगे था क्योंकि उच्चाधिकारियों से संबंधों के चलते पायनियर को समाचार पहले मिल जाते थे। इसलिए अन्य समाचार-पत्रों के संपादकों ने के.सी. राय के नेतृत्व में 1905 में 'एसोसिएटिड प्रेस ऑफ इंडिया' की आधारशिला रखी। के.सी. राय को इसीलिए भारतीय समाचार

समितियों का जन्मदाता कहा जाता है। कुछ प्रमुख भारतीय समाचार समितियां निम्नलिखित हैं :

1. प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (पी.टी. आई)—इसकी स्थापना 27 अगस्त 1947 को हुयी लेकिन इसने अपना कार्य एक फरवरी 1949 से करना प्रारंभ किया। इसे पहले ए.पी.आई. के नाम से जाना जाता था। यह एशिया की सबसे बड़ी समाचार समिति है। विदेशों में 11 स्थानों पर इसके कार्यालय हैं—इस्लामाबाद, मास्को, बीजिंग, न्यूयार्क, ढाका, नैरोबी, लंदन, क्वालालम्पुर, कोलम्बो, काठमाण्डू और संयुक्त राष्ट्र संघ। इसके अलावा अनेकों स्थानों पर इसके अंशकालिक संवाददाता नियुक्त हैं। रॉयटर, ए.एफ.पी. और यू.पी.आई. (अमेरिका) के साथ इसका समाचार आदान-प्रदान करने का समझौता है। यह अंग्रेजी भाषा में समाचार संप्रेषित करती है।

2. युनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया—इसकी स्थापना 1960 में हुयी। इसके लगभग 90 क्षेत्रीय कार्यालय हैं और 400 से भी अधिक समाचार-पत्र इसके सदस्य हैं। इसकी अपनी अलग टेलीप्रिंटर लाइनें हैं। समाचारों के वितरण के अलावा इसकी अनेक विशिष्ट सेवायें भी हैं जैसे—कृषि सेवा, वाणिज्यिक सेवा, फोकस सेवा और सन्दर्भ सेवा। यह भी अंग्रेजी में ही समाचारों को संप्रेषित करती है।

3. भाषा—यह 'प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया' की हिन्दी एवं भारतीय भाषाओं की समाचार सेवा है। यह 1985 से कार्यरत है और इसका मुख्यालय संसद मार्ग, नई दिल्ली में है।

4. यूनीवार्ता/वार्ता—यह 'युनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया' की हिन्दी व भारतीय भाषाओं की समाचार समिति है। इसकी स्थापना 1 मई, 1982 में की गयी थी। लघु एवं मंझोले स्तर के समाचार-पत्रों को समाचार की दृष्टि से आत्मनिर्भर बनाने में इसका विशेष योगदान है।

5. एसोसिएटिड़ न्यूज एंड फीचर्स—इसकी स्थापना 1969 में की गयी और इसका मुख्यालय जयपुर (राजस्थान) में है। दिल्ली, मुंबई, कोलकाता, अहमदाबाद, भोपाल और नैनीताल में इसके क्षेत्रीय कार्यालय हैं। यह समिति, हिन्दी के अलावा कुछ अन्य भारतीय भाषाओं में भी समाचारों का संप्रेषण करती है।

6. नेशनल न्यूज सर्विस—इसकी स्थापना 1992 में दिल्ली में की गयी। यह समिति मुख्य रूप से उद्योग-व्यापार संबंधी समाचारों का ही वितरण करती है। इसके अलावा खेल, महिला-जगत, फिल्म, शिक्षा आदि विषयों पर भी यह समाचार समिति सामग्री उपलब्ध करवाती है।

7. अन्य समितियां—उपरोक्त समाचार समितियों के अलावा कई अन्य भारतीय समाचार समितियां भी समय-समय पर बनीं। इनमें से कुछ अभी भी कार्यरत हैं तो कुछ विभिन्न कारणों से अपना अस्तित्व खो बैठी हैं। ऐसी समितियां निम्नलिखित हैं—

1. **हिंदुस्तान समाचार**—स्थापना 1948 को मुंबई में।
2. **समाचार भारती**—स्थापना 2 अक्तूबर 1966 को।

3. **इंडियन न्यूज एंड फीचर्स एलायंस (इंका)**—मुख्यालय दिल्ली में और स्थापना वरिष्ठ पत्रकार लाला दुर्गादास द्वारा 1959 में हुयी।
4. **इंडियन प्रेस एजेंसी**—स्थापना 1957 में और मुख्यालय दिल्ली में।
5. **ईस्टर्न न्यूज ऐजेंसी**—स्थापना 1960 को हुयी और इसका मुख्यालय कोलकाता में है। यह समिति भारत के पूर्वी राज्यों को मुख्य रूप से समाचार भेजती है।
6. **सत्य समाचार** (ग्वालियर)
7. **पब्लिकेशन सिंडिकेट** (दिल्ली)
8. **प्रेस एशिया इंटरनेशनल** (दिल्ली)
9. **न्यूज फीचर ऑफ इंडिया** (मुंबई)
10. **शब्दिता फीचर एजेंसी** (नोएड़ा)
11. **मेडी-मीडिया** (दिल्ली)

प्रेस तार प्रेषण

समाचार पत्र-पत्रिकाओं एवं समाचार समितियों में जो समाचार व संदेश 'तार' (टेलीग्राम) द्वारा भेजे जाते हैं वे प्रेस तार कहलाते हैं लेकिन भारतीय डाक विभाग के अनुसार आकाशवाणी में प्रसारण हेतु भेजे जाने वाले संदेश भी प्रेस तार की श्रेणी में आते हैं।

कहीं अचानक भूकंप या बाढ़ आ जाने, कोई बड़ी रेल या विमान दुर्घटना होने, किसी बड़े नेता की मृत्यु या एकाएक सरकार के गिर जाने से संबंधित समाचार तत्काल समाचार-पत्र कार्यालय में पहुंचाने आवश्यक होते हैं। इस प्रकार के तात्कालिक समाचारों को 'तार' या टेलीफोन द्वारा ही संप्रेषित किया जाता है क्योंकि डाक द्वारा समाचार भेजने पर विलम्ब के कारण वे अपनी उपयोगिता खो बैठेंगे। प्रेस तार संदेश **'फ्लैश'** भेजने में अत्यंत उपयोगी होते हैं। किसी बड़ी घटना या दुर्घटना होने पर, जिसका विस्तृत विवरण बाद में संकलित या संप्रेषित किया जा सकता है, तुरंत तार द्वारा **'फ्लैश'** भेजा जाता है जिसे अन्य समाचारों को रोककर प्रसारित या प्रकाशित कर दिया जाता है। डाक-तार विभाग, **'फ्लैश'** वाले तारों को सर्वोच्च प्राथमिकता देता है।

भारतीय डाक तार विभाग सभी भारतीय भाषाओं में लिखे तार स्वीकार करता है, बशर्ते उनमें देवनागरी लिपि और अंकों के अंतरराष्ट्रीय रूपों का प्रयोग किया गया हो। हिंदी में तार लिखने पर कई शब्द कम लगते हैं जिससे धन की बचत हो जाती है।

समाचार का संगठन

'समाचार' की सबसे पहली शर्त यही है कि उसमें कब? क्या? कहां? कैसे?

किसे? आदि प्रश्नों का उत्तर मिलना चाहिये। किसी भी समाचार को तभी संपूर्ण कहा जाता है जब इन प्रश्नों का उत्तर लीड या आमुख में ही आ जाये। समाचार संगठन के इन प्रमुख तत्वों को समझना किसी भी पत्रकार के लिए अत्यंत आवश्यक है।

लीड़ (आमुख)—संपूर्ण समाचार के सार को कुछेक पंक्तियों में समेट कर प्रथम पैराग्राफ में लिखना ही लीड या आमुख लिखना कहलाता है। इसे **'इंट्रो'** भी कहा जाता है। लीड या इंट्रो में समाचार का निचोड़ या सार होता है। समाचार के किसी आकर्षक तत्व या अवयव को भी लीड़ में स्थान दिया जाता है। इसके बाद जैसे-जैसे नये अनुच्छेद या पैराग्राफ बनते जाते हैं, लीड में वर्णित बातों को विस्तार दिया जाता है। लीड़ जहां पाठकों के लिए बेहद लाभदायक तथा समय बचाने वाली होती है वहीं उप-संपादक भी इससे लाभ उठाते हैं। उप-संपादक, लीड पर एक नजर डालकर ही यह निर्णय ले लेते हैं कि यह प्रकाशन योग्य है या नहीं? यदि लीड ठीक न बनी हो तो पूरे समाचार को रद्दी की टोकरी में डाल दिया जाता है क्योंकि किसी भी समाचार-पत्र के उप-संपादक के पास इतना समय नहीं होता है कि वह पूरी 'स्टोरी' को पढ़े और उसमें 'समाचारत्व' की तलाश करे। लीड' बनाने का दूसरा लाभ यह होता है कि यदि उप-संपादक स्थानाभाव महसूस करे तो वह आसानी से अन्त के पैराग्राफों को काट सकता है। इस प्रकार समाचार की आत्मा बचाये रखकर भी स्थान निकाला जा सकता है।

ऐसे समाचार को, जिसमें पूरा सार पहले पैराग्राफ (लीड) में होता है और आगे के पैराग्राफों में समाचार का महत्व और आकर्षण घटता जाता है, 'उल्टा पिरामिड' या 'विलोम स्तूपी' कहा जाता है। ऐसे समाचार पढ़ना पाठक के लिए सुविधाजनक होता है। उप-संपादक अधिकतर 'विलोम स्तूपी' समाचार की लीड को पढ़कर ही शीर्षक बनाते हैं। कुशल पत्रकार वही है जो जानता हो कि किसी समाचार की लीड कैसे बनायी जाती है? यूं तो सभी प्रकार के समाचारों की लीड बनाना काफी मुश्किल काम है लेकिन मानवीय सुरूचि के समाचारों में लीड बनाना तो और भी कठिन कार्य है क्योंकि ऐसे समाचारों का सारा कलेवर ही शुरू से अंत तक 'लीड' की तरह दिलचस्प व रोचक होता है।

लीड बनाते समय ध्यान रखना चाहिये कि समाचार के प्रथम वाक्य में ही उसकी आत्मा के दर्शन हों और वाक्य भी यथासंभव छोटा और सरल हो। पाठक प्रत्येक समाचार के महत्वपूर्ण अंश को तुरंत जानने के लिए आतुर रहता है। उसकी आतुरता की तुष्टि भी छोटे वाक्यों से होती है न कि लंबे-चौड़े ऐसे वाक्यों से, जिन्हें समझने में कुछ उलझन हो और जानकारी पाने में विलंब हो। लीड के कई प्रकार होते हैं लेकिन सामान्यतः इसके दो रूप ही माने जाते हैं—भावनात्मक और तथ्यात्मक लीड। भावनात्मक लीड वह है जिसमें घटनाचक्र और विचारप्रधान समाचारों का दोहन कर

निष्कर्ष निकालने अथवा उसके लिए प्रेरणा देने का प्रयास किया जाये। तथ्यात्मक लीड उसे कहा जाता है जिसमें घटनाचक्र को ही बिना लाग-लपेट के महत्व दिया जाता है।

छह ककार (पांच डब्ल्यू तथा एक *एच*)—प्रारंभ में समाचार-लेखन की कोई वैज्ञानिक पद्धति या सर्वसम्मत विधि नहीं थी। संवाददाता घटनाक्रम को कालक्रमानुसार लिखकर ही अपना काम चला लेते थे। तब 'समाचार' में विभिन्न तत्वों का कोई क्रम निश्चित नहीं था। धीरे-धीरे समाचार-पत्र में 'स्थान' का महत्व बढ़ने लगा तो समाचारों को व्यवस्थित ढंग से प्रस्तुत किया जाने लगा। प्रसिद्ध पत्रकार रूडयार्ड किप्लिंग ने सर्वप्रथम समाचार-लेखन के लिए 'पांच डब्ल्यू तथा एक *एच*' का सिद्धांत प्रतिपादित किया। इन्हीं छह तत्वों को 'छह ककार' कहते हैं। ये हैं—

1. क्या (What)—अर्थात ***'क्या'*** घटना घटित हुयी?
2. कहां (Where)—अर्थात घटना ***'कहां'*** घटित हुयी?
3. कब (When)—अर्थात घटना ***'कब'*** घटित हुयी?
4. किसने (Whom)—अर्थात घटना ***'किसके'*** साथ घटित हुयी?
5. क्यों (Why)—अर्थात घटना का कारण ***'क्या'*** था?
6. कैसे (How)—अर्थात घटना ***'कैसे'*** घटित हुयी?

यदि समाचार की 'स्टोरी' में इन छह प्रश्नों के उत्तर दे दिये जायें तो 'स्टोरी' को सम्पूर्ण समाचार का दर्जा दिया जा सकता है।

चार 'सकार'—प्रेस या अखबार के लिए समाचार लिखना एक कला है। इसमें प्रवीणता प्राप्त करनें के लिए आवश्यक है कि समाचार लिखते समय 'चार सकारों' को सदैव ध्यान में रखा जाये। ये चार सकार हैं—**सत्यता, स्पष्टता, संक्षेपण** और **सुरुचि**। संवाददाता या पत्रकार को ध्यान रखना चाहिये कि उसकी स्टोरी में 'सच्चाई' हो, किसी पूर्वाग्रह या पक्षपात से समाचार न लिखे जायें और किसी भी कीमत पर सच्चाई का गला न घोंटा जाये। समाचार 'स्पष्ट' होने चाहियें अर्थात समाचार पढ़ने के बाद पाठक को भ्रम नहीं रहना चाहिये। समाचार में कोई बात घुमा-फिराकर न कहकर सीधे स्पष्ट शब्दों में कहनी चाहिये। किसी समाचार को संक्षिप्त लिखना चाहिये और इसके लिए 'संक्षेपण' विधि का प्रयोग करना चाहिये, यही पत्रकार की बुद्धिमत्ता की निशानी है। कम से कम शब्दों में अधिक से अधिक समाचार का सार लिखना ही प्रवीणता और कुशलता का पर्याय है। भाषा की कृपणता तो अच्छी बात नहीं लेकिन सिद्धहस्त पत्रकार वही है जिसकी लेखनी में एक भी शब्द निरर्थक या फालतू नहीं होता। समाचार को 'सुरुचिपूर्ण' ढंग से लिखना भी एक कला है। इससे समाचार में पाठक की दिलचस्पी बढ़ती है और वह पूरा समाचार पढ़ने को प्रेरित होता है। इस प्रकार चार 'सकारों' से युक्त संतुलित समाचार लिखने में कुशलता और प्रवीणता प्राप्त करने के लिए नियमित अभ्यास अत्यंत आवश्यक है।

❑

2

समाचारों में चित्रों का महत्व

समाचारों को जीवंतता देने के लिये छाया-चित्रों का अत्यंत महत्व होता है। वास्तव में छायाचित्रों से प्रसंग या घटना, द्विगुणित हो जाती है तथा उसकी विश्वसनीयता भी काफी बढ़ जाती है। इसीलिये कहा गया है कि एक चित्र, हजार शब्दों के बराबर होता है। छायाचित्र का परिदृश्य, समाचार को एक मजबूत आधार देता है। जब किसी समाचार के साथ संबंधित चित्र छपता है तो समाचार की गंभीरता, व्यापकता और स्वीकार्यता में कई गुना अधिक वृद्धि हो जाती है।

चित्रों की अपनी एक अलग भाषा होती है। पत्रकारिता में भी चित्रों का अपना एक अलग महत्व है। पत्र-पत्रिका में प्रकाशित चित्रों द्वारा कोई संदेश या समाचार, पाठकों तक अधिक आसानी से संप्रेषित हो जाता है। सबसे सफल वही चित्र माना जाता है जो बिना शब्दों के प्रयोग के ही पूरा संदेश पाठकों तक पहुंचा दे, सुंदरता जिसका विशेष गुण हो और जिसमें गतिशील वस्तु की गति का अनुभव भी उसे देखने वाले को हो।

समाचारों में छायाचित्रों की शुरूआत—माना जाता है कि चित्रों के माध्यम से समाचारों के संप्रेषण की शुरूआत सर्वप्रथम 1842 में *'इलस्ट्रेटेड लंदन न्यूज'* ने की थी। इसी पत्र में सबसे पहले समाचारिक-मूल्य वाले चित्र छापे गये थे। इसके बाद तो समूचे विश्व में समाचारों के साथ चित्र छापे जाने लगे। फिर अमेरिका की पत्रकारिता ने समाचारों के साथ छायाचित्रों का प्रयोग करके उसे नये आयाम दिये।

चित्रों का व्यक्ति और समाज पर क्या प्रभाव पड़ता है, यह जानने के लिये एक उदाहरण ही काफी होगा। यह एक अविश्वसनीय सत्य है कि 1860 का अमेरिकी राष्ट्रपति का चुनाव अब्राहम लिंकन ने मात्र एक चित्र के बल पर ही जीता था। तब चुनाव प्रचार के दौरान विरोधियों ने प्रचारित कर दिया था कि अब्राहम लिंकन एक निपट गंवार और जंगली व्यक्ति हैं। मेथ्यू ब्राडी द्वारा लिंकन के खींचे गये एक चित्र ने ही इस कुप्रचार का मुंह-तोड़ जवाब दिया था। फलस्वरूप अब्राहम लिंकन राष्ट्रपति बन गये। लिंकन का यह चित्र तब समूचे अमेरिका में बेहद लोकप्रिय हो गया था।

छायांकन—अच्छे चित्र लेना भी एक कला है और यही कला छायांकन कहलाती है। फोटो लेते समय अर्थात चित्र खींचते समय फोटो-पत्रकार को कई

सावधानियां बरतनी पड़ती हैं। अच्छा छायाकार प्रथम दृष्टि में ही प्रकाश की गहनता का अनुमान लगा लेता है। फिल्म के अनुरूप प्रकाश-ग्राह्ता ही उत्कृष्ट छायांकन के लिये उत्तरदायी है। चित्रों की व्यापकता का भाव, छायांकन की दक्षता के कारण ही पैदा होता है इसलिये छायाकार की दृष्टि बेहद विकसित होनी चाहिये। छायाकार की विकसित दृष्टि, विषय-वस्तु को उसके सम्पूर्ण परिवेश और प्रयोजन सहित ग्रहण करती है। किसी छायाचित्र की सफलता इसी में है कि दर्शक या पाठक भी चित्रों की भावभूमि को छायाकार की दृष्टि से ही ग्रहण करें।

कोई चित्र लेते समय पर्याप्त प्रकाश, विषय की दूरी एवं कैमरा आवश्यक हैं। कैमरे पर तो पत्रकार का पूर्ण नियंत्रण होता है लेकिन प्रकाश, विशेषकर प्राकृतिक प्रकाश पर उसका अधिक नियंत्रण नहीं होता है। इसके अलावा एक अच्छा कैमरा, लैंस और संबंधित उपकरण भी चित्र की गुणवत्ता बढ़ाने में सहायक होते हैं। छायाकार को आवश्यकतानुसार फ्लैश-लाइट, फिल्टर तथा रिफलेक्टर का प्रयोग अवश्य करना चाहिये। किसी भी चित्र की कुशलता और सफलता इसी में है कि उसे देखते ही एकबारगी नजर उस पर ठहर जाये, टिक जाये। यह तभी संभव है जब चित्र में कुछ असाधारण बात नजर आये, जैसे—उसकी कलात्मक विशेषता, सादगी और प्रकाश की प्रतिकूलता का प्रभाव (*कंट्रास्ट*) आदि।

चित्र खींचने वाले पत्रकार में सही और निर्णायक क्षण को पकड़ने की क्षमता होनी चाहिये। समाचार-संग्रह में पूर्वानुमान सर्वाधिक महत्वपूर्ण है। यदि आप निश्चित और निर्णायक क्षणों का पूर्वानुमान नहीं लगा सकते तो आप एक अच्छे पत्रकार नहीं बन सकते। एक अच्छा फोटो-पत्रकार मात्र बटन क्लिक करने वाला ही नहीं होता है अपितु उसमें ऐसी अंतर्दृष्टि और समझ होनी चाहिये कि जो कुछ वह देखता है, वह दर्शकों को भी दिखा सके। इसलिये उसमें एक कलाकार की कुशलता और एक अच्छे कारीगर के गुण भी होने चाहियें। यद्यपि कैमरे की अपनी कुछ सीमायें हैं लेकिन इन सीमाओं को पार भी किया जा सकता है, विशेषकर उस व्यक्ति द्वारा जो कैमरे के उपयोग की कला में माहिर हो।

फोटो-पत्रकार—एक फोटो-पत्रकार, फोटोग्राफर होने से ज्यादा एक पत्रकार होता है, इसलिये एक कुशल और सफल फोटो-पत्रकार में एक अच्छे संवाददाता के सभी गुण मौजूद होने चाहियें। इसके अलावा उसे फोटो खींचने की कला में भी माहिर होना चाहिये। संवाददाता के समान फोटो-पत्रकार में भी समय-प्रतिबद्धता का भाव होना चाहिये। अच्छे फोटो-पत्रकार के लिये आवश्यक है कि वह नित नये विषयों पर काम करे और एक ही विषय पर भिन्न-भिन्न तरीकों और भिन्न-भिन्न कोणों से काम करे ताकि उसके कार्य में विविधता आ सके और समरूपता न रहे। फोटो-पत्रकार के व्यक्तिगत संपर्क भी अच्छे और व्यापक होने चाहिये। अस्पताल, रेलवे-स्टेशन, बस-अड्डे, हवाई-अड्डे, पुलिस-स्टेशन और बाजारों से महत्वपूर्ण समाचारिक मूल्य वाले

चित्र खींचे जा सकते हैं इसलिये फोटो-पत्रकार को ऐसे सार्वजनिक-स्थानों का भ्रमण अक्सर करते रहना चाहिये। फोटो पत्रकार को पूरी सजगता से अपने आंख और कान खुले रखने चाहियें।

फोटो-पत्रकारिता को अब पत्रकारिता की एक अलग और विशिष्ट विधा के रूप में मान्यता मिल चुकी है। कहा भी गया है कि एक चित्र, हजार शब्दों के बराबर होता है। समाचार में चित्रों के महत्व को देखते हुये ही ऐसा कहा गया है। फोटो-पत्रकार के लिये आवश्यक है कि उसे फोटोग्राफी के तकनीकी पक्षों के साथ-साथ पत्रकारिता की भी पर्याप्त समझ हो। *'न्यूज सेंस'* का बोध होना, फोटो-पत्रकार का सबसे आवश्यक गुण माना जाता है। फोटो-पत्रकार को संवाददाता के ही समकक्ष माना जाता है, अंतर सिर्फ इतना है कि संवाददाता 'शब्द-शिल्पी' होता है जबकि फोटो-पत्रकार, जीवंत चित्रों द्वारा समाचार संप्रेषित करता है। चित्र यथार्थ का प्रतिबिम्ब होते हैं इसलिये इन्हें छपे शब्दों से अधिक अहमियत दी जाती है।

फोटो-पत्रकार में कुछ प्राकृतिक गुणों का होना भी बेहद आवश्यक है। विचारों की मौलिकता, नवीनता और प्रभावशीलता, फोटो-पत्रकार के लिये अत्यंत आवश्यक है। इसके लिये निरंतर अभ्यास की आवश्यकता होती है। लेकिन अभ्यास से भी अधिक आवश्यक फोटो-पत्रकार के लिये चिन्तन और मनन है। अपनी पसंद के कुछ श्रेष्ठ छायाकारों के कार्यों पर दृष्टिपात करें और उनके दृष्टिकोण को समझने का प्रयत्न करें। इससे नये-नये विचार सूझते रहेंगे। यह नयापन ही अच्छे फोटो-पत्रकार की वास्तविक पहचान मानी जाती है। अच्छा फोटो-पत्रकार वही है जो किसी भी विचार अथवा घटना को चित्र-रूप में सोच सके, उसकी कल्पना कर सके। मानवीय भावनाओं के प्रति भी उसे पर्याप्त संवेदनशील होना चाहिये। उसमें किन्हीं दो क्षणों में अंतर कर सकने की क्षमता भी होनी चाहिये। 'समय' के बारे में उसकी यह समझ अत्यंत महत्वपूर्ण होती है।

फोटो-पत्रकारिता और जीविकोपार्जन—अधिकतर पत्र-पत्रिकाओं, फोटो-एजेंसियों और समाचार-समितियों में नियमित फोटो-पत्रकार रखे जाते हैं। लेकिन इस क्षेत्र में *'फ्रीलांसिग'* की भी अपरंपार संभावनायें हैं। यदि आप *'एक्सक्लुसिव'* चित्र खींच सकते हैं तो बड़े से बड़े समाचार-पत्र समूह भी उन्हें मुंहमांगी कीमत पर खरीद सकते हैं। फ्रीलांस प्रेस-फोटोग्राफी आजकल काफी मुनाफे का सौदा साबित हो रही है। इस क्षेत्र में शोहरत के साथ-साथ दौलत की भी कोई कमी नहीं है।

फीचर फोटोग्राफी—यह भी फोटो-पत्रकारिता से ही मिलता-जुलता कार्य-क्षेत्र है और इसमें भी चित्रों के द्वारा तथ्यों, सूचनाओं और समाचारों को संप्रेषित किया जाता है। अंतर सिर्फ इतना है कि इसमें विशुद्ध 'समाचार' के स्थान पर 'मानवीय पक्ष' और 'सामाजिक सारोकारों' को प्रमुखता दी जाती है। फीचर-फोटोग्राफर को संवाददाताओं के साथ टीम-भावना से काम करना होता है। कभी-कभी उसे व्यक्ति-विशेष की

दिनचर्या पर भी फीचर (चित्र-शृंखला) तैयार करना पड़ सकता है।

धूप में स्कूल से घर लौटते बच्चे, पेट की खातिर बारिश में रिक्शा खींचता बूढ़ा, प्रदूषण से धुंधलाया वातावरण, कारखाने में जी-तोड़ मेहनत करते मजदूर और सूखे के कारण फटी धरती व मुरझायी फसल से लेकर रोजमर्रा की सामान्य-असामान्य घटनायें, फीचर फोटोग्राफी के विषय हो सकते हैं। कुछ फीचर-फोटोग्राफर किसी क्षेत्र विशेष जैसे—खेल, पर्यावरण, वन्य जीव, महिलाएं आदि में विशेषज्ञता प्राप्त कर उसी क्षेत्र-विशेष में कार्य करते हैं।

चित्रों का चयन—यदि एक विशेषज्ञ नजर से पत्र-पत्रिकाओं में छपे चित्रों का विश्लेषण करें तो निष्कर्ष निकलता है कि राष्ट्रीय, क्षेत्रीय और स्थानीय समाचार-पत्र, एक ही चित्र के साथ अलग-अलग तरीके से व्यवहार करते हैं। राष्ट्रीय समाचार-पत्रों में चूंकि स्थान अधिक होता है इसलिये उनमें चित्रों की संख्या और उनका आकार भी अधिक होता है। क्षेत्रीय समाचार-पत्रों में चित्रों की संख्या व आकार दोनों ही कम हो जाते हैं। स्थानीय समाचार-पत्र में तो चित्र यदा-कदा ही नजर आते हैं और यदि चित्र नजर भी आते हैं तो केवल स्थानीय महत्व के। इन पत्रों में अक्सर राष्ट्रीय महत्व के चित्रों को कोई स्थान नहीं दिया जाता है। दैनिक पत्रों और साप्ताहिक पत्रों में भी चित्रों की प्राथमिकतायें बदल जाती हैं। चित्रों का स्वरूप विषयानुसार भी विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में बदल जाता है। एक बात जो सभी जगह समान रूप से आवश्यक है वह यह है कि चित्र, रोचक व आकर्षक होना चाहिये। वह विषय को गति प्रदान करने वाला हो, समाचार को जीवंत बना सके और देखने वाले के मन में प्रतिक्रिया पैदा कर सकने वाला होना चाहिये। कलात्मक और भावनात्मक चित्रों के कारण ही कई समाचार-पत्र काफी लोकप्रिय हो जाते हैं।

चित्र तैयार करते समय यह बात विशेष रूप से ध्यान में रखनी चाहिये कि चित्र का कौन-सा अंश अधिक महत्वपूर्ण है। इस दृष्टि से चित्र के उस महत्वपूर्ण अंश को ही विकसित करते हुये चित्र का संयोजन करना चाहिये। पाठकों की बढ़ती जागरूकता और उनकी अभिरुचि का भी सदैव ध्यान रखना चाहिये। चित्र किसी भी रूप में आपत्तिजनक नहीं होना चाहिये। चित्र खींचते समय फोटो-पत्रकार को संपादक के दृष्टिकोण को ध्यान में रखना चाहिये ताकि उसका चित्र, समाचार-पत्र की रीति-नीति और शैली के सर्वथा अनुरूप हो।

विज्ञापनों की अधिकता के चलते स्थान की कमी के कारण सबसे पहली कैंची चित्रों पर ही चलती है। हर संपादक कम से कम चित्रों द्वारा अपनी बात को तथ्यात्मक रूप से सफलतापूर्वक और नाटकीय ढंग से प्रस्तुत करना चाहता है इसलिये चित्रों की जीवंतता अधिक महत्वपूर्ण हो जाती है। फोटो-पत्रकार को ऐसे चित्र तैयार करने चाहियें जिनमें घटनाक्रम का चित्रण ऐसा हो कि सारा दृश्य, पाठक की आंखों के आगे सजीव हो उठे।

समाचार-पत्रों में चित्र-संपादन—चित्र किसी भी पत्र-पत्रिका की जान होते हैं, उसकी आत्मा होते हैं। इसलिये चित्रों का संपादन या प्रस्तुतिकरण बेहद महत्वपूर्ण प्रक्रिया है। चित्र का शीर्षक या उसका *कैप्शन*, चित्र की उपयोगिता को कई गुना अधिक बढ़ा देता है इसलिये शीर्षक देते समय पर्याप्त सावधानी बरतनी चाहिये और पूरी कल्पनाशीलता व कलात्मकता का परिचय देना चाहिये। चित्र के ऊपर उसका शीर्षक लगा होने से चित्र का महत्व घट जाता है। पाठक की प्रकृति है कि वह पहले चित्र देखता है फिर *कैप्शन* को पढ़कर समझता है और अंत में एक बार फिर चित्र को ध्यान से देखता है। इसलिये *कैप्शन* सदैव चित्र के नीचे ही लगा होना चाहिये। समाचार-पत्रों में तो सदैव इसी परंपरा का निर्वहन किया जाता है लेकिन पत्रिकाओं में ऐसा नहीं होता। *ले आऊट* के दृष्टिकोण से पत्रिकाओं में चित्र-शीर्षक के कई स्वरूप देखने को मिलते हैं। पत्रिकाओं के अधिकतर चित्रों में *कैप्शन*, चित्र के दायीं या बायीं ओर लगाया जाता है। ऐसा पृष्ठ के *ले-आऊट* को अधिक आकर्षक बनाने के लिये किया जाता है।

कैप्शन की विषय-वस्तु या कथा-सार का भी अपना अलग महत्व होता है। इसकी शैली, प्रत्येक पत्र-पत्रिका की अलग-अलग होती है। *कैप्शन* इतना सटीक होना चाहिये कि वह चित्र के प्रभाव को और उभार सके और समाचार की विश्वसनीयता को, बढ़ा सके। *कैप्शन* यथासंभव छोटा होना चाहिये तथा उसमें कम से कम शब्दों में अपनी बात कहने की क्षमता होनी चाहिये। चित्र में काट-छांट भी चित्र-संपादन का ही एक भाग है। संपादक, चित्रों की उपयोगी और आवश्यक काट-छांट करता है जिसके चित्र की गहनता बढ़ जाती है और उसमें निखार आता है। प्राप्त चित्रों में किसी प्रसिद्ध हस्ती के आसपास ऐसे कई लोग खड़े दिखायी देते हैं जिनका कोई समाचारिक महत्व नहीं होता है। इन अनावश्यक लोगों के कारण चित्र के वास्तविक विषय से लोगों का ध्यान हट जाता है। इसलिये चित्र के अर्थहीन अंश को काटकर अलग कर देना ही श्रेयकर होता है। चित्रों की काट-छांट करते समय पर्याप्त सावधानी बरतनी चाहिये ताकि चित्र का कोई महत्वपूर्ण अंश न कटने पाये।

चित्र वर्गाकार न होकर आयताकार ही होना चाहिये। कुछ विशेष परिस्थितियों में ही वर्गाकार चित्र प्रकाशित किया जाता है। चित्र प्रस्तुतीकरण का एक साधारण नियम यह है कि जब भी चित्र को समाचार-पत्र के किसी कॉलम में लगाया जाता है तो इस बात का ध्यान अवश्य रखा जाना चाहिये कि चित्र, पृष्ठ के अंदर की तरफ देखता हुआ हो। बाहर की ओर लक्षित चित्र बेहद बेढंगा और अरुचिकर लगता है।

समाचारों में छायाचित्रों का महत्व सिद्ध हो चुका है। समाचार-पत्रों को अनुभूतिपरक बनाने में भी छायाचित्रों की अपनी महत्ता और सत्ता है। भारतीय समाचारों के साथ चित्रों की महत्ता का आकलन तब से अधिक हुआ जबसे हमारे

यहां मुद्रण और फोटोग्राफी की कला का विकास व फैलाव हुआ। दरअसल, मुखपृष्ठ पर छपा समाचार उसके *फ्लैश* होने या *लीड* होने को उतना उजागर नहीं करता जितना कि उसके साथ छपा चित्र। वास्तव में चित्र ही *लीड* होने का काम करता है, समाचार नहीं। चित्र वास्तव में समाचारों की जीवंतता और सत्य को उजागर करते हैं। पत्र-पत्रिका में छपे समाचारों का महत्व तो अस्थायी होता है लेकिन उसमें छपे चित्र स्थायी महत्व के होते हैं। वास्तव में चित्र ही इतिहास गढ़ते हैं।

❑

3

रिपोर्टिंग

किसी घटना विशेष के बांरे में अन्य व्यक्तियों को तथ्यात्मक जानकारी देना 'संवाद' कहलाता है और इस कार्य को करने वाला व्यक्ति संवाददाता या रिपोर्टर कहलाता है। इस प्रकार संवाद का शाब्दिक अर्थ, कहने, सूचित करने या किसी घटना के बारे में विवरण प्रस्तुत करने से है। संवाद-संप्रेषण की यह क्रिया पत्रकारिता की भाषा में 'रिपोर्टिंग' कहलाती है। इस क्रिया का कारक संवाददाता होता है।

पत्रकारिता में संवाददाता सबसे महत्वपूर्ण व्यक्ति माना जाता है क्योंकि समाचार-पत्र या अन्य माध्यम, संवाददाता की नजरों से ही शेष विश्व या घटना विशेष को देखते हैं, उसी के कानों से जनता की आवाज सुनते हैं और उसके द्वारा भेजे गये विवरण के आधार पर समाचार का स्वरूप तय होता है। दूसरे शब्दों में, संवाददाता का मुख्य कार्य अपने माध्यम (पत्र, पत्रिका, रेडियो या टेलीविजन) के लिए समाचारों का संकलन और संप्रेषण होता है। जिस प्रकार किसी माध्यम के लिए उसके संवाददाता सबसे महत्वपूर्ण होते हैं, ठीक उसी प्रकार रिपोर्टिंग को पत्रकारिता की सबसे महत्वपूर्ण विधा माना जाता है।

किसी संवाददाता को अगर हम आधुनिक युग का 'नारद' कहें तो अतिश्योक्ति नहीं होगी। जिस प्रकार देवर्षि नारद, देवताओं के समाचारों को चारों ओर संप्रेषित करते थे ठीक वही कार्य आज संवाददाता कर रहे हैं। किसी ने ठीक ही कहा है कि—

> "संवाददाता को चाहिये कि वे देवर्षि नारद को अपना आद्य-गुरु मानें। नारद प्रखर प्रचारक थे। शौर्य, धैर्य और आत्मत्याग का समाचार वे दिगन्त तक फैलाते थे। संवाददाता को भी ठीक ऐसा ही होना चाहिए।"

किसी समाचार माध्यम के लिए संवाददाता का कार्य करना काफी गर्व की बात है। शायद इसीलिए प्रख्यात पत्रकार और *'वाशिंगटन ब्यूरो ऑफ नाइट पेपर्स'* के पूर्व अध्यक्ष एडविन ए. लाहये ने कहा था कि—"मुझे गर्व है कि मैं एक संवाददाता हूं। मुझे अपना कार्य करने से पूरा संतोष मिलता है। मैं राष्ट्रपति बनने के स्थान पर राष्ट्रपति के क्रियाकलापों के समाचार एकत्रित करने को अधिक वरीयता देता हूं। मैं धन का नहीं, शब्दों का कोष तलाशता हूं।" विश्व के अब तक

के सबसे बड़े राजनीतिज्ञों में विंस्टन चर्चिल का नाम सर्वोपरि है। वास्तव में वे महानतम राजनेता थे लेकिन अपने आप को पत्रकार कहलाने में उन्हें विशेष गौरव की अनुभूति होती थी। राजनीति में सक्रिय होने से पूर्व चर्चिल वास्तव में एक संवाददाता थे। कई युद्धों को उन्होंने अपनी आंखों से देखा था और उन्हें 'कवर' किया था। संवाददाता के अपने कर्तव्यों के निर्वहन के कारण एक बार तो उन्हें युद्धबंदी भी बनना पड़ा था। उनके युद्ध-संवाद-लेखन आज भी इतिहास में अपूर्व माने जाते हैं।

संवाददाता के गुण

सहज बुद्धि और भाषा पर पूर्ण अधिकार, किसी भी संवाददाता के लिए मूल योग्यता मानी जाती है। साथ ही उसमें श्रेष्ठ मानवीय मूल्यों का भी समावेश होना चाहिये ताकि वह घटनाओं को वास्तविक रूप में ग्रहण कर सके। संवाददाता, अपने समाचार-माध्यम की आंख, नाक, कान, और मस्तिष्क होता है। समाचार-माध्यम, संवाददाता की आंख से देखता है, उसकी नाक से समाचार सूंघता है, उसके कानों से समाचारों का विवरण सुनता है, उसके मस्तिष्क से घटनाओं व समाचारों को विश्लेषित करता है और उसी के हाथों से समाज व राष्ट्र के पुनर्निर्माण में अपना अंशदान देता है।

किसी संवाददाता को पर्याप्त सहनशील, परिश्रमी, दूरदर्शी होने के साथ-साथ वाक्पटुता में भी निपुण होना चाहिये और जोखिम उठाना तो उसके स्वभाव में ही शामिल होना चाहिये। पिछले दिनों भारत-पाक सीमा पर हुये कारगिल-युद्ध में **'आज तक'** (समाचार कार्यक्रम) और **'जी न्यूज'** के संवाददाताओं ने युद्ध की जीवंत रिपोर्टिंग की थी जिस कारण जनता को ऐसा लग रहा था जैसे युद्ध उसकी आंखों के सामने ही हो रहा हो। यदि संवाददाता अपनी जान जोखिम में डालकर 'कवरेज' हेतु न जाते तो जनता युद्ध के सजीव-दर्शन से वंचित रह जाती। किसी भी संवाददाता को ठीक इसी प्रकार जोखिम उठाने में सिद्धहस्त होना चाहिये। किसी भी संवाददाता में निम्नलिखित गुण अवश्य होने चाहिये :

1. समाचार-बोध—प्रत्येक संवाददाता में समाचार-बोध होना चाहिये। यह किसी भी संवाददाता का आधारभूत और आवश्यक गुण माना जाता है। इस गुण के बिना कोई भी संवाददाता अपने उद्देश्यों में सफल नहीं हो सकता। समाचार-बोध या 'न्यूज-सेंस' का अर्थ है किसी समाचार की उपयोगिता के बारे में जानकारी अर्थात संवाददाता को पता होना चाहिये कि समाचार क्या है? और समाचार क्या नहीं है? यदि कोई व्यक्ति 'समाचार' और 'गैर-समाचार' में अंतर कर सके तो हम कह सकते हैं कि उस व्यक्ति में 'न्यूज सेंस' है। अपने आप में गहरा 'न्यूज सेंस' रखने वाला व्यक्ति ही एक सफल संवाददाता हो सकता है। साथ ही संवाददाता को

समाचारों के वर्गीकरण में भी सिद्धहस्त होना चाहिये ताकि वह विभिन्न समाचारों को वरीयता-क्रम दे सके। चूंकि किसी भी समाचार माध्यम में स्थान या समय निश्चित होता है और इस सीमा के भीतर सभी समाचारों का प्रकाशन/प्रसारण संभव नहीं हो सकता इसलिए संवाददाता का यह गुण काफी महत्वपूर्ण होता है। किसी स्थान-विशेष पर प्रतिदिन हजारों समाचार, विभिन्न स्रोतों से उत्पन्न होते हैं, और लाखों घटनायें-दुर्घटनायें घटित होती हैं। सफल संवाददाता वही है जो समाचारों के इस ढेर से पाठक या श्रोता के महत्व व रुचि के समाचार पहचान कर उन्हें संप्रेषित कर सके। संवाददाता को इस बात की जानकारी भी भलीभांति होनी चाहिये कि किसी समाचार या स्टोरी को कहां से और कैसे शुरू किया जाये और उसमें कौन-कौन से विवरणों का समावेश किया जाये।

2. सतर्कता—संवाददाता को पर्याप्त मात्रा में सतर्क होना चाहिये और पूरी सतर्कता से अपने कर्तव्यों का निर्वहन करना चाहिये। स्कूप या अनूठी खबरों के संकलन में संवाददाता को विशेष सतर्कता रखनी चाहिये। ऐसी खबरें, संवाददाता की सतर्कता के कारण ही प्रकाश में आ पाती हैं। इन खबरों के लिए हवा में उसकी गंध सूंघनी पड़ती है और फिर पीछा करके खबर तक पहुंचा जाता है। इस संबंध में एक उदाहरण ही पर्याप्त होगा। सन 2001 में **'तहलका डॉट कॉम'** के दो पत्रकारों की अनूठी खबर के कारण सम्पूर्ण भारतीय राजनीति सहम गयी। इन पत्रकारों ने लगभग छह महीने तक एक 'स्टोरी' पर काम किया और सतर्कतापूर्वक देश के कई बड़े राजनेताओं और नौकरशाहों को रिश्वत या कमीशन लेते, अपने सूक्ष्म वीडियो कैमरों में कैद किया। फलस्वरूप संपूर्ण राजनीति में तूफान सा आ गया, सरकार हिल उठी और कई दिनों तक संसद ठप रही। यदि **'तहलका डॉट कॉम'** के ये पत्रकार अपने मिशन में सतर्कता नहीं बरतते तो प्रारम्भिक चरण में ही उनका भेद खुल जाता और वे रहस्योद्घाटन नहीं कर पाते।

सारतः संवाददाता को किसी जासूस की भांति कार्य करने को भी तैयार रहना चाहिये। उसे बिल्ली की भांति चतुर और शेर की भांति सतर्क होना चाहिये। तभी वह अपने समाचार-माध्यम के लिए कुछ अनूठी व 'एक्सक्लुसिव' खबरें जुटा पायेगा।

3. जिज्ञासु-प्रवृत्ति—संवाददाता में सत्य के अन्वेषण की जिज्ञासा सदैव रहनी चाहिये। उसे अपने आप को सदैव जिज्ञासु बनाये रखना चाहिये, अपने आसपास के माहौल में हो रही घटनाओं पर पैनी नजर रखनी चाहिये। तभी वह पत्रकारिता में अत्यंत महत्वपूर्ण 'पांच डब्ल्यू' और 'एक एच' (क्या, कब, कहां, कौन, और कैसे?) पर अपना ध्यान केन्द्रित कर पायेगा। यदि कोई संवाददाता शब्दों का अत्यंत धनी हो और कल्पना करने में निपुण हो तो भी बिना जिज्ञासु प्रवृत्ति के वह एक अच्छी 'स्टोरी' नहीं लिख पायेगा। यदि संवाददाता जिज्ञासु प्रवृत्ति का होगा तो वह समाचार की गहराई में जा सकेगा और नये-नये तथ्य व सत्य उजागर कर सकेगा।

कुछ संवाददाता बिना कुछ जाने-समझे, एक-दूसरे से सुनकर या किसी अन्य समाचार माध्यम से नकल कर समाचार प्रेषित कर देते हैं। बाद में समाचार के असत्य या अतथ्यात्मक निकलने पर उसे कई परेशानियों का सामना करना पड़ता है। यदि संवाददाता जिज्ञासु प्रवृत्ति का होगा तो वह किसी समाचार को देख-सुनकर उसकी तह तक जाने की कोशिश करेगा। जिससे उसके द्वारा भेजा गया समाचार अधिक सजीव, अधिक जीवंत, अधिक तथ्यात्मक और अधिक विश्वसनीय बन जायेगा।

4. दूरदृष्टि—दूरदृष्टि रखने वाला संवाददाता, किसी समाचार को उसके गर्भ में ही पकड़ लेता है अर्थात घटना घटने से पहले ही उसे घटना का आभास हो जाता है और वह समाचार-स्रोत तक सबसे पहले पहुंच जाता है। अपने इस विशिष्ट गुण के कारण संवाददाता अपने लिए स्वयं समाचारों का स्रोत बना सकता है। किसी घटना के महत्व को दूरदृष्टि के आधार पर ही समझा जा सकता है। कई बार संवाददाता किसी छोटी-मोटी खबर को महत्व नहीं देते हैं लेकिन बाद में वही छोटी खबर किसी बड़ी घटना या समाचार को जन्म देती है। यदि संवाददाता की दूरदृष्टि तीव्र और पैनी होगी तो वह ऐसी खबरों के महत्व को प्रारम्भ में ही समझ लेगा और उसे प्रेषित कर देगा।

5. स्पष्टवादिता—स्पष्ट रूप से, बिना लाग-लपेट के अपनी बात कहना किसी भी संवाददाता का सबसे बड़ा गुण माना जा सकता है। यदि कोई संवाददाता 'सत्य' को पूरी निर्भयता से स्पष्टतापूर्वक कहता है, प्रेषित करता है, तभी वह अपने व्यवसाय से और अपने पाठकों या श्रोताओं से न्याय कर पाता है। यदि संवाददाता में निर्भयता का गुण होगा तो वह अप्रिय प्रश्न पूछकर भी सामने वाले से सच उगलवा लेगा। स्पष्टवादिता, संवाददाता का धर्म होता है। यदि वह 'सच' को छुपाकर गोल-मोल भाषा में समाचार प्रेषित करता है तो वह एक पाप कर रहा होता है क्योंकि उसका समाचार-माध्यम और उसके पाठक/श्रोता उसकी कही/लिखी बातों को ब्रह्म वाक्य मानते हैं।

किसी संवाददाता की प्रमाणिकता तभी बनती है जब जनता का उसमें विश्वास होता है और जनता का उसमें विश्वास तभी जम पायेगा जब उसकी वाणी और लेखनी में स्पष्टवादिता होगी। निर्भय और निष्कपट होकर ही संवाददाता स्पष्ट खबरें भेज सकता है। यदि वह इन गुणों को अपने चरित्र का एक हिस्सा बना ले तभी वह किसी दबाव या प्रलोभन में नहीं आयेगा। चूंकि संवाददाता भी मनुष्य होता है इसलिए वह किसी राजनीतिक दल विशेष या संगठन विशेष का समर्थक या विरोधी हो सकता है। समाचार में स्थान पाये व्यक्ति का वह रिश्तेदार, मित्र या दुश्मन भी हो सकता है। लेकिन उसका कर्तव्य है कि वह अपनी व्यक्तिगत पसंद-नापसंद को अपने पेशे पर हावी न होने दे और पूर्ण सत्य-निष्ठा व स्पष्टता से अपने कर्तव्यों का निर्वहन करे।

6. ईमानदारी और आत्मानुशासन—संवाददाता को ईमानदार और सत्यनिष्ठ तो होना ही चाहिये तभी वह सत्य के पक्ष में खड़ा रह सकता है और अपने लिखे या बोले गये शब्दों पर अटल रह सकता है। वैसे तो सभी व्यक्तियों, विशेषकर पत्रकारों में यह गुण होना चाहिये लेकिन संवाददाता के लिए ईमानदारी और सत्यनिष्ठा का विशेष महत्व है क्योंकि उसी पर विभिन्न प्रकार के दबाव पड़ने की आशंका रहती है और उसी को तरह-तरह के प्रलोभन दिये जाते हैं।

पत्रकारिता और संवाद-प्रेषण में आत्मानुशासन का अपना अलग ही महत्व है। संवाददाता आत्म-नियंत्रण द्वारा आत्मानुशासन स्थापित कर सकता है। यदि संवाददाता पूर्णतया आत्मानुशासित होगा तो वह दूसरों को अनुशासन में रहने की प्रेरणा दे पायेगा। आत्मानुशासन के मानवीय गुण के कारण ही संवाददाता सत्य को उद्घाटित करने को तत्पर रह सकता है। आत्मानुशासित होने पर काम के प्रति व्यक्ति का समर्पण पैदा होता है जिससे संवाददाता में जनता का विश्वास कायम होता है। इससे संवाददाता का आत्म-विश्वास भी कई गुणा बढ़ जाता है फलस्वरूप वह कठिन से कठिन कार्य भी सरलतापूर्वक कर लेता है।

7. त्वरितता एवं गतिशीलता—संवाददाता के व्यवहार में त्वरितता और कार्य में गतिशीलता होनी चाहिये। सुस्त व्यक्ति कभी भी एक अच्छा व सफल संवाददाता नहीं बन सकता। उसमें तेजी से काम करने की क्षमता होनी चाहिये। सूचना-प्रौद्योगिकी के अति विस्तार के कारण तो इस गुण का महत्व और अधिक बढ़ गया है। फैक्स, दूरभाष, संचार-उपग्रहों और इंटरनेट के कारण आज विश्व के किसी भी कोने में होने वाली छोटी से छोटी घटना भी क्षण भर में समूचे संसार में फैल जाती है। कई टेलीविजन कंपनियां, स्वतंत्र रूप से अपने 'समाचार-चैनल' (जैसे 'जी न्यूज', 'स्टार न्यूज' और 'आज तक') चौबीसों घंटे चलाती हैं। फलस्वरूप कोई भी समाचार मिनटों में पुराना और मूल्यरहित हो जाता है। ऐसे में संवाददाता की सुस्ती उसके समाचार-माध्यम के लिए घातक हो सकती है।

संवाददाता को सदैव गतिशील रहना चाहिये। उसका गत्यात्मक स्वभाव ही उसे कोई *स्कूप* या *'एक्सक्लुसिव'* समाचार दिला सकता है। बहुत सी घटनायें अचानक कहीं भी घट जाती हैं। यदि संवाददाता गतिशील होगा तो वह तुरंत घटनास्थल पर पहुंच कर समाचार का संकलन कर पायेगा। पत्रकारिता में 'समय' का बेहद महत्व है। कोई समाचार जो अभी बेहद महत्वपूर्ण और उत्तेजक है, वह कुछ समय बाद ही बेकार और बासी हो जाता है इसलिए समय पर समाचार का प्रेषण ही सार्थक होता है। और एक गतिशील संवाददाता ही किसी घटनास्थल या समाचार-स्रोत तक पहुंच सकता है। इस संदर्भ में, प्रायोजनहीन इधर-उधर घूमना भी कभी-कभी काफी लाभदायक सिद्ध होता है।

8. अविश्वासी होना—आमतौर पर सामान्य व्यक्ति का शंकालू होना एक दुर्गुण

माना जाता है लेकिन संवाददाता के लिए इसे आवश्यक गुण माना जाता है। एक अच्छे संवाददाता को शंकालू और अविश्वासी प्रकृति का होना ही चाहिये। उसे किसी बात को जस का तस स्वीकार नहीं कर लेना चाहिये वरन सामने परोसी गयी बात पर अविश्वास कर उसे सत्यता की कसौटी पर परखना चाहिये। कई बार ऐसा होता है कि कोई राजनीतिक दल, संगठन या व्यावसायिक घराना, गलत तथ्यों को पेश कर संवाददाता का भ्रमित करने का प्रयास करते हैं ताकि अपने अनुरूप 'स्टोरी' का प्रकाशन या प्रसारण करवाया जा सके। यदि संवाददाता शंकालू प्रवृत्ति का नहीं होगा तो वह ऐसे संगठनों व व्यक्तियों के झांसे में सरलता से आ जायेगा।

एक पुलिस अधिकारी या खोजी जासूस की भांति एक संवाददाता को सदैव प्रत्येक व्यक्ति पर अविश्वास करना चाहिये, प्रत्येक बात पर शंका व्यक्त करनी चाहिये। और अपनी समस्त शंकाओं के निवारण के बाद ही उसे 'स्टोरी' लिखने बैठना चाहिये। अक्सर ऐसा देखा गया है कि संवाददाता परस्पर विश्वास के कारण बगैर जांच-पड़ताल किये 'स्टोरी' प्रेषित' कर देता है और बाद में भेजे गये समाचार के भ्रामक व गलत पाये जाने पर जहां उसके व्यावसायिक हितों को चोट पहुंचती है वहीं कभी-कभी उसे कानूनी कार्रवाई का सामना भी करना पड़ जाता है।

9. समयबद्धता—जीवन के अन्य क्षेत्रों की भांति पत्रकारिता में भी समयबद्धता अर्थात समय की पाबंदी का अत्यंत महत्वपूर्ण स्थान है। समय के प्रति अपनी प्रतिबद्धता से ही कोई संवाददाता सफल हो सकता है। जरा सी लापरवाही उसे अपने कर्तव्यों से विमुख कर सकती है। यदि संवाददाता समय के प्रति निष्ठावान और प्रतिबद्ध नहीं होगा तो वह समाचार-स्रोत तक नहीं पहुंच पायेगा और उसे समाचार के लिए द्वितीयक स्रोतों, यथा—अन्य समाचार चैनल या समाचार-पत्रों की सहायता लेनी होगी। जिससे उसकी 'स्टोरी' में न तो तथ्य होंगे और न ही वास्तविकता। और अगर द्वितीयक समाचार-स्रोत, समाचार के संकलन में कोई गलती कर बैठे हैं या किसी भ्रम का शिकार बन बैठे हैं तो उनका सहारा लेने वाले संवाददाता को भी जाने-अनजाने वही गलतियां दोहरानी होंगी।

सूचना-प्रौद्योगिकी के विस्फोट के कारण तो संवाददाता में समय-बद्धता का गुण और भी अधिक आवश्यक हो गया है क्योंकि अब कुछ मिनटों की देरी भी संवाददाता को दौड़ में काफी पीछे छोड़ सकती है। जिसका सीधा प्रभाव संवाददाता के व्यावसायिक हितों और संबद्ध समाचार-माध्यम की विश्वसनीयता पर पड़ेगा।

10. व्यवहार-कुशलता—संवाददाता को कार्य में कुशल होने के साथ-साथ व्यवहार कुशल भी होना चाहिये। संवाददाताओं का सामना अक्सर संवदेनशील और महत्वपूर्ण लोगों से होता रहता है। यहां संवाददाता की व्यवहार-कुशलता ही उसके काम आती है। कठिन से कठिन परिस्थितियों में भी हंसते-मुस्कराते कार्य करने की क्षमता रखने वाले संवाददाता अपने क्षेत्र में काफी प्रसिद्धि पाते हैं। कई बार संवाददाता को युद्ध,

प्राकृतिक आपदा (बाढ़, अकाल या भूकंप) या रेल आदि दुर्घटनाओं की 'कवरेज' के लिए दूर-दराज के इलाकों में भी जाना पड़ता है। यहां न उसके खाने-पीने की उचित व्यवस्था हो पाती है और न ही ठहरने, आराम करने की। ऐसी विषम परिस्थितियों के लिए भी संवाददाता को सदैव तैयार रहना चाहिये और यहां भी उसे विनम्र बने रहकर अपनी सौम्यता प्रकट करनी चाहिये।

चूंकि संवाददाताओं को अधिकतर सच, काफी मेहनत से खोद-खोदकर निकालना पड़ता है और इसके लिए उसे विभिन्न प्रकार के लोगों से बात करनी पड़ती है। यदि संवाददाता विनम्र और व्यवहारकुशल होगा तो आसानी से सत्य को उद्घाटित कर सकेगा।

11. नेतृत्व का गुण—एक सफल संवाददाता के लिए नेतृत्व-क्षमता भी बेहद जरूरी है। शायद इसीलिए हमारे आधुनिक इतिहास में जितने भी बड़े राजनीतिज्ञ हुये हैं वे कभी न कभी पत्रकार अवश्य रहे हैं। बात चाहे महात्मा गांधी की हो या सरदार वल्लभ भाई पटेल की, बात अम्बेडकर की हो या जवाहर लाल नेहरू की, बात सुभाष चन्द्र बोस की हो या अबुल कलाम आजाद की, ये सभी राजनीति में सक्रिय होने से पूर्व पत्रकार थे और काफी सफल थे। स्पष्ट है कि इन सभी में नेतृत्व करने का गुण था।

एक अच्छा नेतृत्वकारी ही एक अच्छा संवाददाता हो सकता है। नेतृत्व करने का गुण, संवाददाता को समाचार-स्रोत से जोड़ता है जिससे वह इच्छित समाचार प्राप्त कर लेता है। एक शर्मीला, संकोची और अंतर्मुखी व्यक्ति कभी भी अच्छा संवाददाता नहीं बन सकता। समाचार-प्रेषण अर्थात रिपोर्टिंग करने वाला व्यक्ति यदि तेज, नेतृत्वकारी और तर्कशील होगा तो वह सामने वाले को प्रभावित कर इच्छित समाचार तुरंत प्राप्त कर लेगा।

उपरोक्त गुणों के अतिरिक्त कुछ गुण और हैं, जिनका समावेश होने पर संवाददाता को 'सर्वगुण संपन्न' की उपाधि दी जा सकती है और वह अपने कार्यक्षेत्र में शिखर पर पहुंच सकता है। एक से अधिक भाषाओं का ज्ञान और अनुवाद में प्रवीणता ऐसा ही एक गुण है। अक्सर देखा जाता है कि संवाददाता जिस भाषा में प्रवीण है और जिस भाषा में लिखता है, उससे भिन्न किसी अन्य भाषा का सामना करने पर संवाददाता की सारी प्रवीणता, सारी कुशलता धरी रह जाती है। इस समस्या का सामना हिन्दी पत्रकारों को अधिक करना पड़ता है। हमारा देश बहुभाषी है, यहां सैकड़ों भाषायें और बोलियां प्रयोग में लायी जाती हैं। किसी दक्षिण भारतीय राजनेता की प्रेस कांफ्रेंस या उसके साक्षात्कार के समय भाषा अवरोध के चलते अधिकतर हिन्दी संवाददाता शून्य में ताकते नजर आते हैं। महत्वपूर्ण व्यक्ति द्वारा कही गयी बातें आधी-अधूरी ही उसके पल्ले पड़ती हैं और उन्हीं से जैसे-तैसे वह 'स्टोरी' तैयार करता है। फलस्वरूप उसकी 'स्टोरी' में

सजीवता नहीं आ पाती और कभी-कभी तो तारतम्य भी स्थापित नहीं हो पाता।

यही स्थिति सरकारी कार्यालयों, राष्ट्रीय दलों, बड़ी कंपनियों और बहुराष्ट्रीय निगमों द्वारा जारी प्रेस-विज्ञप्तियों के कारण पैदा होती है। ये विज्ञप्तियां अधिकतर अंग्रेजी में जारी की जाती हैं। यदि हिन्दी संवाददाता, अंग्रेजी भाषा में प्रवीण नहीं है तो वह उनका सदुपयोग नहीं कर पाता। इसलिए हिंदी के संवाददाताओं को इस ओर ध्यान देना चाहिये। उन्हें कम से कम अंग्रेजी भाषा में तो जरूर प्रवीणता प्राप्त कर लेनी चाहिये तभी वे आधुनिक जमाने के साथ ताल से ताल मिलाकर चल पायेंगे। वैसे प्रशिक्षित नवोदित हिंदी पत्रकार इस मामले में सौभाग्यशाली हैं क्योंकि इन युवा हिंदी पत्रकारों का अंग्रेजी ज्ञान कामचलाऊ तो होता ही है।

संवाददाताओं को शांत रहने का अभ्यास करना चाहिये और प्रयत्न करना चाहिये कि वे कभी भी, विशेषकर काम के समय उत्तेजित न हों। उन्हें कठिन और श्रमसाध्य परिस्थितियों में भी काम करना पड़ता है और शांत रहने पर ही एकाग्रचित्त होकर वह अपने कार्य पर ध्यान केन्द्रित कर सकता है। संवाददाता को विषम परिस्थितियों में भी अपने मस्तिष्क से नियंत्रण नहीं खोना चाहिये। उसे न तो शारीरिक रूप से उद्धेलित होना चाहिये और न मानसिक रूप से विचलित। किसी संवाददाता के लिए उसका संवेदनशील होना काफी महत्वपूर्ण होता है, और एक सहज, स्वाभाविक और शांत व्यक्ति ही संवेदनशील हो सकता है, दूसरों की बात सुन सकता है। उद्धेलित या विचलित कर देने वाली परिस्थितियों का सामना भी उसे शांत मन से करना चाहिये।

धैर्यवान होना संवाददाता का अतिरिक्त गुण है। लगभग प्रत्येक दिन संवाददाता के धैर्य की परीक्षा होती है। कई बार उसे किसी व्यक्ति से मिलने के लिए लंबी प्रतीक्षा करनी पड़ती है, सामने त्रुटियों को होता देखकर भी अनदेखा करना पड़ता है और बोझिल व उबाऊ कष्टकारी यात्रायें करनी पड़ती हैं। ऐसी परिस्थितियों में भी अपना धैर्य न खोने वाला संवाददाता, सफलता की सीढ़ी-दर-सीढ़ी चढ़ता जाता है।

संवाददाता को परिश्रमी और कार्य के प्रति समर्पित भी होना चाहिये। चूंकि संवाददाता को बेहद तार्किक और वाचाल भी होना चाहिये इसलिए जरूरी है कि वह अध्ययन पर भी कुछ समय दे ताकि उसे देश-विदेश में घट रही प्रत्येक घटना की जानकारी हो। प्रतिदिन एकाधिक समाचार-पत्र पढ़ना और कुछ निश्चित समय 'समाचार-चैनल' देखना उसे अपनी आदत बना लेनी चाहिये। संवाददाता को विशुद्धता और यथार्थता पर विशेष ध्यान देना चाहिये। जुटाये गये तथ्यों को अच्छी तरह जांच-परख कर ही उसे 'स्टोरी' तैयार करनी चाहिये।

संवाददाता में कल्पनाशक्ति का होना वह योग्यता है जो उसे अच्छी 'स्टोरी' तैयार करने में मदद देती है। घटनाओं और तथ्यों को रचनात्मक कल्पना से जोड़कर तैयार की गयी 'स्टोरी' पाठकों या श्रोताओं को बांध कर रखती है।

कल्पनाशीलता से 'स्टोरी' को जीवंत बनाया जा सकता है!

सारतः एक अच्छे संवाददाता के गुणों को तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है। प्रथम श्रेणी में वे गुण आते हैं जो एक श्रेष्ठ पत्रकार या संवाददाता के लिए आवश्यक हैं, जैसे—समाचार-बोध, जिज्ञासा, सतर्कता, शंकालू प्रवृत्ति, दूरदृष्टि, सत्य-निष्ठा, आत्मानुशासन, निर्भयता, स्पष्टवादिता और गतिशीलता। दूसरी श्रेणी में वे गुण आते हैं जो किसी भी आदर्श व्यक्ति में होने चाहिये, यथा—प्रशान्तता, धैर्य, समय-बद्धता, व्यवहार-कुशलता, अध्यवसाय और नेतृत्व-क्षमता। तीसरी श्रेणी के गुण, व्यक्ति के अभिव्यक्ति-पक्ष से जुड़े हैं, जैसे—विशुद्धता, यथार्थता, वस्तुनिष्ठता, रचनात्मक लेखन और कल्पनाशीलता।

उपरोक्त गुणों को धारण कर कोई भी व्यक्ति एक अच्छा व सफल संवाददाता बन सकता है। इस संदर्भ में निकोलस टॉमलिन के एक कथन का उल्लेख प्रासंगिक होगा। उन्होंने कहा था कि—"संवाददाता के लिए चूहे की तरह की चालाकी, सत्यभाषी आचरण और साहित्यिक प्रतिभा अनिवार्य है।"

संवाददाता : कर्तव्य एवं उत्तरदायित्व

चूंकि संवाददाता किसी भी समाचार-माध्यम का सबसे प्रमुख व्यक्ति होता है इसलिए उसके कर्तव्य और उत्तरदायित्व भी अपेक्षाकृत अधिक होते हैं। यह ठीक है कि कभी 'मिशन' के रूप में जानी जाने वाली पत्रकारिता आज 'व्यवसाय' बन गयी है। लेकिन यह पूर्ण सत्य नहीं है। वास्तव में पत्रकारिता का स्थान आज 'मिशन' और 'व्यवसाय' के बीच कहीं है। यह केवल मिशन नहीं है क्योंकि आज पत्रकार के लिए यही जीविकोपार्जन का एक साधन भी है, इसी से पूरे परिवार का भरण-पोषण होता है। पत्रकारिता पूर्णतया व्यवसाय भी नहीं है क्योंकि व्यावसायजनित जिम्मेदारियों के अलावा भी पत्रकार के समाज और राष्ट्र के प्रति कुछ उत्तरदायित्व होते हैं। पत्रकारिता आज कितनी ही व्यावसायिक क्यों न हो गयी हो, पत्रकार या संवाददाता का प्रथम और अंतिम दायित्व सत्य की रक्षा, समाज की चिंता और राष्ट्र का हित है।

किसी समाचार-माध्यम का संवाददाता समाज में काफी प्रतिष्ठा अर्जित करता है, लोग उसे सम्मान से देखते हैं तो सिर्फ इसलिए क्योंकि वे उसे सत्य का पक्षधर मानते हैं। इसलिए किसी भी संवाददाता का प्राथमिक कर्तव्य है, सत्य की खोज करना और बिना किसी डर के, स्पष्ट रूप से उसे उद्घाटित करना। अपने इस कर्तव्य के निर्वहन के समय संवाददाता को निर्भीकता से कार्य करते हुये किसी भी प्रकार के दबाव या प्रलोभन से दूर रहना चाहिये। आम जनता संवाददाता की कलम की, उसकी सच्चाई की इज्जत करती है। यदि संवाददाता की कलम किसी राजनीतिज्ञ, उद्योगपति या अपराधी के हाथों बिक जायेगी तो वह संवाददाता के स्थान पर एक 'दलाल' मात्र रह जायेगा।

तथ्यों को सावधानीपूर्वक संकलित कर उन्हें सुरुचिपूर्ण ढंग से प्रस्तुत करना भी संवाददाता का ही प्राथमिक कार्य है। आम पाठक या श्रोता, संवाददाता की आंखों से ही किसी घटना विशेष को देखते हैं और उसी के द्वारा किये गये विश्लेषण को अपनी सोच का आधार बनाते हैं इसलिए संवाददाता का उत्तरदायित्व और अधिक बढ़ जाता है।

किसी भी लोकतांत्रिक व्यवस्था से यह अपेक्षा की जाती है कि उसके तीनों स्तंभों, विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका, पूरी ईमानदारी से निष्ठापूर्वक अपनी जिम्मेदारी का निर्वहन करें। लेकिन ऐसी आदर्श स्थिति, व्यावहारिक रूप में प्राप्त करना लगभग असंभव सा ही है।। इसीलिए प्रजातांत्रिक शासन पद्धति में इनके क्रियान्वयन और संतुलन पर नजर रखने के लिए जनसंचार माध्यमों, विशेषकर प्रेस की भूमिका सदैव से ही महत्वपूर्ण मानी जाती है। और प्रेस की इस महती भूमिका को उसका संवाददाता ही अपने आचार-विचार और व्यवहार से निभा सकता है। संवाददाता के इसी महत्वपूर्ण कार्य के लिए ही प्रेस को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ कहा जाता है।

जनता के मानवाधिकारों की रक्षा का दायित्व भी येन-केन-प्रकारेण संवाददाता का ही होता है। वस्तुतः मानवाधिकारों की रक्षा, केवल कानूनों के बन जाने अथवा लागू हो जाने से ही नहीं हो जाती। इसके लिए जनता का शिक्षित व जागरुक होना भी अत्यंत आवश्यक है और यह कार्य केवल प्रेस के माध्यम से ही संभव है। शोषकों की नीतियों को निरावृत कर उन्हें हतोत्साहित करना एवं मानवाधिकारों की रक्षा के प्रति एक सजग जनमत का निर्माण करना और 'एकांक सुखाय' व व्यक्तिवादी मानसिकता के स्थान पर 'सर्वजन हिताय, सर्वजन सुखाय' की भावना को स्थापित व प्रोत्साहित करने की आवश्यकता वैश्विक स्तर पर है और इस उत्तरदायित्व का निर्वहन करना प्रेस का ही कार्य है।

चूंकि भारत की अधिकतर जनता अशिक्षित व अज्ञानी है इसलिए भारत में मानवाधिकारों के संरक्षण में प्रेस की भूमिका शनैः-शनैः बढ़ती ही जा रही है। लेकिन संवाददाता को चाहिये कि वो इस प्रकार के समाचारों के संकलन व प्रेषण के समय अतिरिक्त सतर्कता बरतें। देखा गया है कि मानवाधिकार संबंधी रिपोर्ट प्रेषित करते समय कभी-कभी संवाददाता अतिरंजना और अतिश्योक्ति का शिकार हो जाते हैं। इस परिप्रेक्ष्य में पंजाब, जम्मू-कश्मीर एवं साम्प्रदायिक दंगों से संबंधित खबरों का उल्लेख किया जा सकता है। स्पष्ट है कि मानवाधिकारों के संरक्षण में संवाददाता की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। मानवाधिकारों के संदर्भ में न्यायपालिका, कार्यपालिका और विधायिका पर गहन नजर रखने और आम जनता को जागरुक व प्रेरित करने का महत्वपूर्ण कार्य किसी समाचार-माध्यम का संवाददाता ही कर सकता है।

एक आदर्श संवाददाता का सबसे बड़ा गुण उसका निरपेक्ष होना होता है। कहा गया है कि—*"न्यूज इज सेक्रेड कमेंट इज फ्री"*। परंतु कुछ संवाददाता अपने व्यक्तिगत स्वार्थों के चलते नमक-मिर्च छिड़ककर या फिर तथ्यों को छिपाकर समाचारों का प्रेषण करते हैं। संवाददाताओं को इस प्रकार की प्रवृत्ति से बचना चाहिये। अक्सर देखा गया है कि कुछ संवाददाता, आलोचना-प्रत्यालोचना के साथ समाचारों को भेजता है जिस कारण समाचार, संपादकीय टिप्पणी का रूप ले लेते हैं। वास्तव में संवाददाता को चाहिये कि वह मात्र तथ्यों व सूचनाओं को ही समाचार के रूप में प्रेषित करें। समाचारों का विश्लेषण करना, संपादकीय विभाग का कार्य माना जाता है।

संवाददाता का दायित्व है कि वह समाचार लेखन पूरे मनोयोग से करे। बहुधा ऐसे समाचार भी देखने-पढ़ने को मिलते हैं जिनमें कहां, कब, क्यों, कैसे, जैसे प्रश्नों का भी उत्तर नहीं होता। फलस्वरूप एकांगी समाचार प्रकाशित हो जाता है जिससे पाठक भ्रम का शिकार बन बैठते हैं। एक संवाददाता को चाहिये कि वह सीधे-सादे शब्दों में स्पष्ट रूप से समाचारों को प्रेषित करें, उसमें अपनी व्यक्तिगत राय न जोड़े। संवाददाता की कलम, किसी चिकित्सक के चाकू के समान होती है। इससे किसी का अहित नहीं होना चाहिये।

विभिन्न प्रकार के संवाददाता

अपने-अपने समाचार-माध्यमों के लिए समाचारों को संकलित कर उन्हें माध्यम तक प्रेषित करने वाला प्रत्येक व्यक्ति 'संवाददाता' कहलाता है लेकिन कार्यों और उत्तरदायित्वों के आधार पर संवाददाता विभिन्न प्रकार के होते हैं। संवाददाताओं को मुख्यतः चार श्रेणियों में विभाजित किया जाता है—

1. **कार्यालय संवाददाता**—ये समाचार-माध्यमों के नियमित और वेतनभोगी संवाददाता होते हैं। ये पूरे नगर से सभी प्रकार के समाचारों का संकलन करते हैं। इनका कार्य मात्र समाचार-संकलन और उनका प्रेषण ही है। समाचारों का विश्लेषण इनके अधिकार क्षेत्र में नहीं आता।
2. **विशेष संवाददाता**—ये किसी विषय-विशेष से संबंधित समाचारों का ही संकलन करते हैं और समाचारों का विश्लेषण और विवेचन करना भी इनकी जिम्मेदारी है।
3. **विदेश संवाददाता**—ये किसी विदेशी राष्ट्र में रहकर अपने समाचार-माध्यम के लिए समाचारों का संकलन करते हैं।
4. **ग्रामीण संवाददाता**—इन्हें मुफस्सिल संवाददाता भी कहा जाता है। ये किसी कस्बे या ग्रामीण क्षेत्र में रहकर समाचारों का संकलन करते हैं।

वेतन आयोग ने अपने प्रतिवेदन में संवाददाताओं की चार श्रेणियां बतायी हैं—

1. **विशेष संवाददाता**—ये समाचार-माध्यम के सहायक संपादक, संपादकीय लेखक

एवं समाचार-संपादक के समकक्ष होते हैं।

2. मुख्य कार्यालय संवाददाता—ये विशेष संवाददाता के बाद दूसरी श्रेणी में आते हैं। पत्रकारीय भाषा में ये 'चीफ रिपोर्टर' के नाम से अधिक प्रसिद्ध हैं।

3. उपमुख्य कार्यालय संवाददाता—ये तीसरी श्रेणी के संवाददाता होते हैं। इन्हें वरिष्ठ कार्यालय संवाददाता भी कहा जाता है।

4. कार्यालय संवाददाता—ये संवाददाताओं की चौथी श्रेणी में आते हैं और सबसे अधिक कनिष्ठ होते हैं।

समाचार-समितियों में कार्य-विभाजन के अनुसार संवाददाताओं की श्रेणियां कुछ भिन्न होती हैं। यहां प्रथम वर्ग में विशेष संवाददाता, मुख्य कार्यालय संवाददाता और विदेश संवाददाता आते हैं। दूसरा वर्ग वरिष्ठ संवाददाताओं और प्रधान संवाददाताओं का होता है तो तीसरे वर्ग में संवाददाताओं तथा कार्यालय संवाददाताओं को सम्मिलित किया जाता है।

कार्य की महत्ता के आधार पर संवाददाताओं का एक वर्गीकरण और प्रचलित है। अधिकतर क्षेत्रीय समाचार-पत्रों में इसी वर्गीकरण को महत्व दिया जाता है। इस वर्गीकरण में चार प्रकार के समाचार-संकलनकर्ता या संवाददाता होते हैं—

1. लाइनर—ये कस्बों और ग्रामीण क्षेत्रों में कार्यरत होते हैं और समाचार-पत्र के स्थायी या नियमित कर्मचारी नहीं होते हैं। इन्हें प्रकाशित समाचार की पंक्तियों के अनुसार पारिश्रमिक प्राप्त होता है। मुख्य बात यह है कि रिपोर्टिंग इनके लिए द्वितीयक कार्य होता है। मूल रूप से ये जीविकोपार्जन के लिए कोई अन्य कार्य कर रहे होते हैं और कोई घटना विशेष घटने पर समाचार संकलन का कार्य भी कर लेते हैं। लाइनर अपने क्षेत्र से विज्ञापनों, विशेषकर वर्गीकृत विज्ञापनों का संग्रह भी करते हैं जिनके लिए उन्हें अलग से कमीशन मिलता है।

2. स्टिंगर—इनकी स्थिति लाइनर से थोड़ी बेहतर होती है। ये भी पूर्णकालिक या नियमित पत्रकार नहीं होते हैं लेकिन ये अपने संबद्ध समाचार-पत्र से कुछ अतिरिक्त सुविधायें प्राप्त करते हैं। समाचार-पत्र समूह इन्हें प्रतिमाह एक निश्चित पारिश्रमिक देता है। इसे 'रिटेलर' भी कहा जाता है।

3. पूर्ण संवाददाता—ये पूर्णकालिक और नियमित पत्रकार होते हैं जो महत्वपूर्ण जिला-मुख्यालयों पर नियुक्त रहते हैं। इनको उप-संपादक के समान सुविधायें प्रदान की जाती हैं।

4. स्टाफर्स—ये भी पूर्णकालिक और नियमित पत्रकार होते हैं। इन्हें राज्यों की राजधानियों में समाचार-संकलन हेतु नियुक्त किया जाता है। इनका सीधा संबंध, समाचार-पत्र के मुख्य कार्यालय से होता है।

केवल बड़े और मध्यम दर्जे के समाचार-पत्र ही इस प्रकार के अलग-अलग संवाददाता रखने की स्थिति में होते हैं। छोटे पत्र-पत्रिकाओं में संवाददाताओं के ऐसे

भिन्न प्रकार होते ही नहीं हैं। कुछ बहुत छोटे पत्रों में तो एक-दो संवाददाता ही होते हैं जो समस्त प्रकार की रिपोर्टिंग करते हैं। पुलिस थाने से लेकर कचहरी तक और स्थानीय निकाय से लेकर बाजार तक, इन्हीं को दौड़ लगानी पड़ती है। बड़े समाचार-पत्रों की आर्थिक स्थिति अच्छी होती है सो वे अधिक संख्या में विशेषज्ञ संवाददाता नियुक्त कर लेते हैं जबकि छोटे पत्रों के लिए ऐसा करना संभव नहीं होता।

प्रेस कांफ्रेंस एवं संवाददाता

अपने नगर या क्षेत्र में होने वाली किसी भी प्रेस कांफ्रेंस को 'कवर' करना भी संवाददाता का ही प्राथमिक कर्तव्य होता है। प्रेस कांफ्रेंस में व्यवहार करने का अपना ढंग होता है जिससे संवाददाता अधिकाधिक तथ्यात्मक समाचारों का संकलन कर सके। इस संबंध में कुछ आवश्यक दिशा-निर्देश निम्नलिखित हैं–

1. निर्धारित समय से कुछ समय पूर्व ही निर्धारित स्थल पर पहुंच जाना चाहिये ताकि विषय को समझने का अवसर मिल सके। यदि आप देर से पहुंचेंगे तो आपको पता ही नहीं चलेगा कि किस विषय पर चर्चा हो रही है और पूर्व में प्रेस कांफ्रेंस के आयोजक क्या-क्या कह चुके हैं?
2. यदि निमंत्रण-पत्र में प्रेस कांफ्रेंस के विषय और उद्देश्यों का कुछ विवरण दिया गया हो तो संबंधित विषय की कुछ तैयारी करके जाना चाहिये।
3. संवाददाता को चाहिये कि वह प्रेस कांफ्रेंस स्थल पर एक उपयुक्त स्थान शीघ्र ही ग्रहण कर ले ताकि वह अपनी बात सरलतापूर्वक आयोजक तक पहुंचा सके और आसानी से आयोजक का प्रत्युत्तर समझ सके।
4. ऐसे प्रश्न नहीं पूछने चाहिये जिनका उत्तर आयोजक 'हां' या 'ना' में ही देकर बच जाये। घुमा-फिराकर इच्छित बात उगलवाने में संवाददाता को सिद्धहस्त होना चाहिये। वक्ता, विशेषकर राजनेता, बड़े संक्षिप्त और सधे हुये शब्दों में उत्तर देते हैं। अतः संवाददाता की योग्यता इसी में है कि वह आयोजक (वक्ता) को अपनी ओर आकर्षित कर उससे इच्छित बात या सच्चाई कहलवा सके।
5. सीधा उत्तर पाने के लिए, "क्या यह तथ्य सही है?" या "क्या यह बात सही है?" जैसे जुमलों के साथ अपना प्रश्न प्रारम्भ करना चाहिये। इससे आयोजक विषय से भटक नहीं पायेगा और गोल-मोल बात कर प्रश्न टालने में सफल नहीं हो पायेगा।
6. कुछ संवाददाता प्रश्न पूछने से पूर्व काफी लंबी-चौड़ी भूमिका बांधते हैं ताकि अन्य लोगों पर अपनी विद्वता का सिक्का जमाया जा सके। संवाददाता को इस प्रकार के व्यवहार से बचना चाहिये क्योंकि इससे आयोजक खीझ उठते हैं। वैसे आवश्यक होने पर अपने प्रश्न की कुछ पृष्ठभूमि जरूर बतायी जानी

चाहिये ताकि आयोजक प्रश्न को अच्छी तरह से समझ सकें।

7. संवाददाताओं को आपस में परस्पर एक-दूसरे की बात नहीं काटनी चाहिये। इससे आयोजकों पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है और 'प्रेस' की प्रतिष्ठा को आघात पहुंचता है।
8. एक बार में सिर्फ एक ही संवाददाता को प्रश्न पूछना चाहिये।
9. वक्ता से बहस नहीं करनी चाहिये नहीं तो वह नाराज होकर अन्य प्रश्नों का भी उत्तर नहीं देगा।
10. एक अच्छे संवाददाता को चाहिये कि अच्छा 'इंट्रो' तैयार करने के लिए अपनी ओर से कुछ प्रश्न पूछे। दूसरों की नकल करना ठीक नहीं है। लेकिन यदि किसी दूसरे संवाददाता द्वारा पूछे गये प्रश्न के उत्तर में 'इंट्रो' की सामग्री प्राप्त हो चुकी है तो उसे अपने ढंग से प्रस्तुत करना चाहिये। इससे 'स्टोरी' में नयापन आता है।

प्रेस कांफ्रेंस के बाद स्टोरी तैयार करते समय भी संवाददाता को पर्याप्त सावधानी बरतनी चाहिये। संवाददाताओं को ध्यान रखना चाहिये कि वह न तो किसी का प्रचारक है और न किसी का विरोधी। उसे नीर-क्षीर विवेक से काम लेना चाहिये और अपने ढंग से स्टोरी लिखनी चाहिये। वास्तव में एक अच्छे संवाददाता का कर्तव्य है कि वह अपने व्यवसाय के साथ ईमानदारी बरते। यदि पाठक या श्रोता सही दिशा में नहीं सोचते हैं तो उनकी सोच को नई दिशा, सही दिशा देने का कर्तव्य भी पत्रकार का ही है। वास्तव में एक स्वस्थ्य समाज के निर्माण की सबसे अधिक जिम्मेदारी पत्रकार की ही होती है। इसलिये बलात्कार और यौन-अपराधों की स्टोरी तैयार करते समय संवाददाता को विशेष सावधानी बरतनी चाहिये। सिर्फ लोकप्रियता और पठनीयता प्राप्त करने के लिए ऐसे समाचारों को नमक-मिर्च लगाकर प्रेषित नहीं करना चाहिये।

❑

4

विशेष संवाददाता

आज युवाओं के बीच पत्रकारिता का व्यवसाय सबसे लोकप्रिय व्यवसाय बन गया है। पत्रकारिता की चकाचौंध से आकर्षित होकर अधिकतर युवक-युवती आज इस ओर आ रहे हैं। पत्रकारिता में भी सबसे अधिक रुचिकर और ग्लैमरस कार्य 'विशेष संवाददाता' का माना जाता है। विशेष संवाददाता की स्थिति अन्य सामान्य संवाददाताओं से काफी श्रेष्ठ और अच्छी होती है क्योंकि वह किसी क्षेत्र विशेष में कार्य करता है। क्षेत्र-विशेष में कार्य करने पर उसके ऊपर किसी भी प्रकार का कोई बंधन नहीं होता है और उसे पत्रकारिता से संबंधित अन्य सामान्य कार्यों से भी मुक्ति मिली रहती है। इसके अतिरिक्त उसका वेतन और अन्य सुविधायें आदि भी अपेक्षाकृत अधिक होती हैं।

विशेष संवाददाता की एक विशेषता यह भी है कि उसे समाचारों के विश्लेषण का भी अधिकार होता है जबकि सामान्य संवाददाता केवल तथ्यात्मक समाचारों के प्रेषण का ही कार्य करता है। विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका को लोकतंत्र के तीन स्तंभ मानते हुये पत्रकारिता को चौथा स्तंभ बताया जाता है। यह चौथा स्तंभ अपने निर्भीक और निष्पक्ष विश्लेषण से अन्य तीनों स्तंभों की कार्यप्रणाली पर नजर रखता है और इस कार्य में विशेष संवाददाता महती भूमिका निभाता है। सामान्यतः यह देखा गया है कि कार्यपालिका और विधायिका नित नये-नये आश्वासन देती रहती हैं और घोषणायें करती रहती हैं। एक विशेष संवाददाता इन घोषणाओं का गहराई से विश्लेषण करता है और 'स्टोरी' में घोषणा विशेष की पृष्ठभूमि और इनके क्रियान्वयन से जनमानस पर पड़ने वाले प्रभावों के विश्लेषण का उल्लेख करता है।

बहुत सी समस्यायें वास्तव में बेहद जटिल और कठिन होती हैं जबकि देखने में वे बेहद सरल प्रतीत होती हैं। कुछ विषय ऐसे होते हैं जो जनता के लिए बेहद रुचिकर होते हैं लेकिन विषय की दुरूहता के कारण पाठक उन्हें समझ नहीं पाता है। ऐसी समस्याओं और विषयों को मीडिया में उठाने के लिए विशेष संवाददाता की आवश्यकता होती है। किसी ने विशेष संवाददाता की तुलना एक खनिक (खान मजदूर) से ठीक ही की है। जिस प्रकार खनिक खान में छुपी धातु को खोद-खोद कर निकालता है ठीक उसी प्रकार किसी विषय विशेष में छिपे तथ्यों को विशे

संवाददाता अपनी पैनी नजर से खोद-खोद कर निकालता है। विषय का विश्लेषण कर वह लोगों को बताता है कि क्या हुआ है और इसके होने से क्या होने वाला है? वह भविष्य में उत्पन्न होने वाले समाचारों को आज ही बता सकता है अर्थात वह समाचारों का पूर्वेक्षण भी कर सकता है। विशेष संवाददाता के लिए आवश्यक है कि विषय विशेष पर उसकी अच्छी पकड़ हो और उसकी पृष्ठभूमि से भी वह भलीभांति परिचित हो।

विशेष रिपोर्टिंग करने में विश्लेषण की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। निर्वाचन और विश्लेषण की अपनी क्षमता के कारण ही विशेष संवाददाता मीडिया और जनमानस के बीच अपनी विशेष जगह बना सकता है। आज का युग, एकांकिक समाचारों का नहीं है। आज सभी प्रकार के समाचार, विभिन्न माध्यमों पर उपलब्ध हैं। विशेष संवाददाता को विषय के भिन्न-भिन्न अर्थों और उसके महत्व का पता लगाना होता है। विशेष संवाददाता को समाचार के विश्लेषण की विशेष स्वतंत्रता प्राप्त होती है। अन्य संवाददाताओं या समाचार-संग्राहकों पर संपादक या मुख्य संवाददाता की ओर से काफी बंधन होते है और उसे उन्हीं के द्वारा निर्धारित 'लाइन' पर काम करना होता है जबकि विशेष संवाददाता के संदर्भ में ऐसा नहीं होता। विशेष संवाददाता को अपेक्षाकृत अधिक स्वतंत्रता प्राप्त होती है।

सामान्य संवाददाता घटनास्थल या प्रेस कांफ्रेंस आदि में जाकर समाचारों का संग्रह करता है और उसके आधार पर 'स्टोरी' बनाकर प्रकाशन या प्रसारण हेतु भेज देता है। जबकि विशेष संवाददाता की कार्यशैली कुछ अलग होती है। किसी समाचार के उजागर होने पर या कोई सूत्र (सुराग) मिलने पर वह उस विषय से संबंधित अन्य तथ्य तथा आंकड़े इकट्ठा करता है फिर वर्तमान राजनीतिक, सामाजिक या आर्थिक परिस्थितियों के परिप्रेक्ष्य में वह उन तथ्यों का विश्लेषण करता है। इसके बाद वह 'स्टोरी' तैयार कर उसे प्रेषित करता है। सामान्य संवाददाता को एक ही दिन में कई-कई स्टोरी भेजनी पड़ती हैं जबकि विशेष संवाददाता एक ही 'स्टोरी' पर कई-कई दिनों तक कार्य करता रहता है। कभी-कभी तो यह अवधि कई महीने लम्बी भी हो जाती है।

यह ठीक है कि विशेष संवाददाता अपने संपादक से प्रभावित होता है लेकिन वह अपने व्यक्तित्व और विश्लेषण क्षमता से समाचार-पत्र (या समाचार माध्यम) को प्रभावित करता है। इस संदर्भ में विशेष संवाददाता और स्तंभकार की स्थिति लगभग समान ही होती है। लेकिन इन दोनों में कुछ मूलभूत अंतर भी पाये जाते हैं। यह सही है कि विशेष संवाददाता को समाचार के निर्वाचन और विश्लेषण की स्वतंत्रता प्राप्त होती है लेकिन फिर भी उसे अपने समाचार-माध्यम की रीति और नीति का अनुसरण करना पड़ता है। अंततः उसे अपनी सीमाओं के भीतर ही कार्य करना पड़ता है। इसके विपरीत स्तंभकार एक स्वतंत्र पक्षी की भांति होता है।। वह

अपना दृष्टिकोण, अपने विचार, स्वतंत्रतापूर्वक अभिव्यक्त करने के लिए पूर्णतया स्वतंत्र रहता है। समाचार-पत्र की रीति और नीति, उसके विचारों को प्रभावित नहीं कर पाती। वह समाचार-पत्र की घोषित या अघोषित नीति के विपरीत भी अपनी 'स्टोरी' का प्रकाशन करवा सकता है। स्तंभकार के लेख, विभिन्न नीतियों वाले सभी पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित होते रहते हैं। इस कारण स्तंभकार अधिक शोहरत कमा सकता है। दोनों में एक मुख्य अंतर यह भी है कि विशेष संवाददाता पूर्णकालिक एवं नियमित पत्रकार होता है जबकि स्तंभकार स्वतंत्र लेखक (फ्रीलांसर) होता है।

यह सत्य है कि विशेष संवाददाता को जनता और स्वयं मीडिया में विशेष स्थान प्राप्त होता है। विशेष संवाददाता अपने आप को अन्य संवाददाताओं से श्रेष्ठ मानते हैं और पत्रकारों की 'वर्ण-व्यवस्था' में वे मूर्धन्य या ब्राह्मण कहलाते हैं। किसी विश्वविद्यालय या शिक्षण संस्थान से पत्रकारिता की व्यावसायिक शिक्षा ग्रहण कर पत्रकारिता के क्षेत्र में पर्दापण करने वाले नवप्रवेष्टा, इन विशेष संवाददाताओं की आन-बान, शान-शौकत और ग्लैमरस जीवन शैली से बेहद प्रभावित रहते हैं क्योंकि अधिकतर विशेष संवाददाता अपने कार्यालयों से दूर स्वतंत्र रूप से कार्य करते दिखायी देते हैं। जनता उन्हें सार्वजनिक समारोहों में सम्मानित 'अति विशिष्ट दीर्घा' में बैठा देखती है। बड़े-बड़े राजनीतिज्ञों, विधिवेत्ताओं, उद्योगपतियों, शिक्षाविदों, चिकित्सकों, तथा जीवन के अन्य क्षेत्रों के विशेषज्ञों से उनका मेल-जोल और आना-जाना होता है। इनके द्वारा भेजी गयी *'स्टोरी'* पर इनका नामोल्लेख (बाई लाईन) होता है। विशेष संवाददाता जिस किसी व्यक्ति या संस्था के समर्थन या विरोध में लिख दे, वह अपने को धन्य समझता है क्योंकि सभी पक्ष इनके प्रभावोत्पादक अस्तित्व और योगदान को स्वीकार करते हैं।

विशेष संवाददाताओं का एक विशेष महत्व यह है कि वे विशेष घटनाओं को अपनी आंखों के सामने घटित होते हुये भी देखते हैं, इस प्रकार वे इतिहास के साक्षी बन जाते हैं। किसी महत्वपूर्ण घटना के होने से पूर्व उस विषय विशेष के विशेष संवाददाता को निमंत्रित किया जाता है ताकि वह घटना की प्रक्रिया को अपनी आंखों से देखकर सजीव *'स्टोरी'* तैयार कर सके। 1947 में ब्रिटिश शासन द्वारा भारतीय नेताओं को सत्ता का हस्तांतरण, 1971 के भारत-पाक युद्ध के अंत में पाक-सेनाध्यक्षों के द्वारा भारत के समक्ष आत्म-समर्पण, 1972 में पोखरण में भारत द्वारा प्रथम परमाणु विस्फोट, बम्बई-हाई में तेल की खोज, आदि ऐसी घटनायें हैं जो ऐतिहासिक हैं और जिन्होंने युग की काया ही पलट दी थी। इन सभी घटनाओं के के विशेष-संवाददाता साक्षी बने थे। जीवन के रंग-मंच पर महत्वपूर्ण भूमिका निभाने वाली हस्तियों से विशेष संवाददाता का घनिष्ठ परिचय होता है और इस कारण विशेष संवाददाता कई बार इतिहास के द्रष्टा होने के साथ-साथ इसके निर्माण में भी सक्रिय हो जाते हैं। बड़ी-बड़ी क्रांतियों को सफल बनाने और जन-आंदोलनों को

चलाने में इनकी महत्वपूर्ण भूमिका होती है। इसलिए वे इतिहास-निर्माता भी बन जाते हैं। इस प्रकार के कई उदाहरण उपलब्ध हैं। सी.वाई. चिन्तामणि (*'लीडर'*, इलाहाबाद), बी.जी. होर्निमैन (*'बाम्बे क्रानिकल'*, मुंबई), पौर्थन जोजेफ (*'डान'* एवं *'हिंदुस्तान टाइम्स'*), प्रभाष जोशी ('जनसत्ता', दिल्ली) और अरुण शौरी (*'इंडियन एक्सप्रेस'*, दिल्ली) ऐसे ही पत्रकार/विशेष संवाददाता रहे हैं।

समाचार का विश्लेषण करने की क्षमता के कारण ही विशेष संवाददाता को महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त होता है। समाचार तो किसी घटना का तथ्यात्मक विवरण मात्र होता है। पाठक वर्ग की जिज्ञासा केवल तथ्यात्मक विवरण से ही शांत नहीं होती। वह उस घटना का विश्लेषण, उसका मूल्यांकन और उसके आधारभूत तथ्यों की व्याख्या भी चाहता है और यह महती कार्य विशेष संवाददाता द्वारा ही सम्पादित किया जाता है। किसी घटना का यथार्थ विवरण तो सभी संवाददाताओं को विभिन्न समाचार स्रोतों, सरकारी कार्यालयों, प्रेस विज्ञप्तियों और समाचार-समितियों से एक समान ही प्राप्त हो जाता है लेकिन उसे अपने पाठकों या श्रोताओं के सम्मुख इस प्रकार प्रस्तुत करना कि पाठक या श्रोता उसकी पृष्ठभूमि और तत्संबंधी सभी पक्ष भी समझ जायें, यह केवल एक विशेष संवाददाता ही कर सकता है। 1999 में राजस्थान के पोखरण में जब भारत द्वारा दूसरी बार सफल परमाणु परीक्षण किया गया तो सरकारी सूत्र (पत्र सूचना कार्यालय) द्वारा जो समाचार *'फ्लैश'* किया गया उसमें मात्र यह सूचना थी कि परमाणु विस्फोट कब और कहां किया गया और उसका उद्देश्य क्या था? लेकिन पाठकों की जिज्ञासा मात्र इतने से ही शांत नहीं हो सकती। पाठक तो यह भी जानना चाहता है कि परमाणु विस्फोट कहते किसे हैं? यह किस प्रकार किया जाता है? संसार में कौन-कौन से देश पहले से ही परमाणु-शक्ति से लैस हैं? इसका अंतरराष्ट्रीय शक्ति-संतुलन पर क्या प्रभाव पड़ेगा? और 'समग्र परमाणु निषेध संधि' (*सी.टी.बी.टी.*) पर इसका क्या प्रभाव पड़ेगा? इन सभी बिंदुओं की पहचान कर उनकी खोज करना और फिर उनका विश्लेषण करना, विशेष संवाददाता का ही कार्य है।

यूं तो विशेष संवाददाता किसी विषय विशेष का ही ज्ञाता होता है और उसे उसी विषय की जिम्मेदारी दी जाती है लेकिन इसके अतिरिक्त उसे इतिहास, समाज विज्ञान, साहित्य और अर्थशास्त्र की भी पर्याप्त जानकारी होनी चाहिये क्योंकि इन सभी का प्रत्येक विषय से प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष संबंध रहता है। इन सभी विषयों की जानकारी होने पर ही विशेष संवाददाता, समाचारों व घटनाओं का सर्वेक्षण, मूल्यांकन और समग्र विश्लेषण कर सकता है। विशेष संवाददाताओं के कुछ प्रमुख विषय या *'बीट'* निम्नलिखित हैं, जिनकी हम विस्तारपूर्वक चर्चा करेंगे :

(1) अपराध-संवाद
(2) आपराधिक प्रक्रिया-संवाद
(3) विधि-संवाद
(4) खेल-संवाद

(5) शासकीय-संवाद (6) संसदीय-संवाद
(7) युद्ध-संवाद (8) दुर्घटना-संवाद
(9) राजनीतिक व निर्वाचन संवाद (10) अर्थ एवं वाणिज्य-संवाद
(11) प्राकृतिक आपदा-संवाद (12) फिल्म-संवाद
(13) कला-साहित्य-संवाद (14) विविध-संवाद

अपराध रिपोर्टिंग

अधिकतर समाचार-पत्रों द्वारा *'कवर'* किये जाने वाले स्थानीय समाचारों का मुख्य भाग 'अपराध' से संबंधित खबरें ही होती हैं। समाचार-पत्रों का मुखपृष्ठ तो दिनभर की राजनीतिक व आर्थिक गतिविधियों की खबरों से भरा रहता है लेकिन मानव होने के नाते स्थानीय लोगों से हमारा जुड़ाव अधिक होता है और हम छोटी से छोटी स्थानीय खबर भी पढ़ना चाहते हैं। स्थानीय स्तर पर किसी घर में हुयी चोरी, व्यापारी को लूटने, उद्यमी के अपहरण या किसी दंपति की हत्या की खबरें सभी लोग पढ़ना चाहते हैं।

पुलिस थाने इस प्रकार की खबरों के प्राथमिक स्रोत तो होते ही हैं साथ ही ये शहर में हुयी किसी दुर्घटना, प्रदर्शन या अन्य उत्तेजक घटनाक्रम को जानने-समझने में भी सहायता करते हैं। वास्तव में पुलिस तंत्र, किसी भी शहर के तंत्रिका-तंत्र के समान होता है इसलिए समाचार-माध्यमों के लिए ये अमूल्य समाचार-स्रोत माने जाते हैं। अधिकतर प्रशिक्षु संवाददाताओं को पुलिस थाने पर ही *'कवरेज'* के लिए भेजा जाता है। सौभाग्य से ये थाने अपराध-संवाददाता के लिए सर्वश्रेष्ठ प्रशिक्षण-स्थल होते हैं। अक्सर अपराध से संबंधित खबरें, संवाददाता को टेलीफोन से ही मिल जाती हैं और वह टेलीफोन द्वारा ही घटना से संबंधित अन्य जानकारियां एकत्र कर *'स्टोरी'* तैयार कर लेता है। कुछ बड़ी स्टोरियों के लिए उसे घटनास्थल पर भी जाना पड़ता है और एक जासूस की भांति खोजबीन करनी पड़ती है।

किसी भी प्रशिक्षु या नौसिखिया अपराध-संवाददाता के लिए जरूरी है कि वह उस क्षेत्र के पुलिस तंत्र व संगठन से भलीभांति परिचित हो जिसमें वह कार्य कर रहा है। दिल्ली जैसे महानगर में सबसे बड़ा अधिकारी पुलिस कमिश्नर होता है जबकि मेरठ में यह उप-महानिरीक्षक स्तर का पुलिस अधिकारी होता है। ठीक इसी प्रकार गाजियाबाद (उत्तर प्रदेश) में वरिष्ठ पुलिस अधीक्षक और रोहतक (हरियाणा) में पुलिस अधीक्षक, सर्वोच्च अधिकारी होता है। किसी राज्य में महानिदेशक-प्रणाली होती है (जैसे—उत्तर प्रदेश) तो किसी में कमिश्नर प्रणाली (जैसे—दिल्ली राज्य)। इसके विपरीत किसी राज्य में दोनों प्रणालियां साथ-साथ काम करती हैं। उदाहरण स्वरूप महाराष्ट्र का उल्लेख किया जा सकता है। महाराष्ट्र के मंडलों व जिलों में तो

महानिदेशक प्रणाली है और सर्वोच्च अधिकारी क्रमशः उप-महानिरीक्षक और जिला पुलिस अधीक्षक होते हैं जबकि महाराष्ट्र की राजधानी मुंबई में कमिश्नर प्रणाली है और सर्वोच्च अधिकारी कमिश्नर कहलाता है।

किसी अपराध-संवाददाता को अपने शहर में पुलिस वरिष्ठता का भी पर्याप्त ज्ञान होना चाहिये। इसे समझने के लिए गाजियाबाद (उ. प्र.) के पुलिस तंत्र को समझा जा सकता है। यहां सर्वोच्च पुलिस अधिकारी वरिष्ठ पुलिस अधीक्षक कहलाता है जो भारतीय पुलिस सेवा का वरिष्ठ अधिकारी होता है। इसके बाद दो-तीन पुलिस अधीक्षक होते हैं, जैसे—पुलिस अधीक्षक (ग्रामीण), पुलिस अधीक्षक (नगर) और पुलिस अधीक्षक (यातायात)। इनकी सहायता के लिए पुलिस उपाधीक्षक भी नियुक्त रहते हैं जो भारतीय पुलिस सेवा के प्रशिक्षु अधिकारी होते हैं। सम्पूर्ण जिले को कुछ 'क्षेत्रों' में बांटकर वहां क्षेत्राधिकारी (*सी.ओ.*) की नियुक्ति की जाती है जो प्रदेश-पुलिस सेवा के अधिकारी होते हैं। प्रत्येक क्षेत्र में तीन-चार थाने और प्रत्येक थाने में कुछ पुलिस चौकियां होती हैं। थाने का प्रभारी, निरीक्षक स्तर का और चौकी का प्रभारी उप-निरीक्षक स्तर का अधिकारी होता है। हेड़-कांस्टेवल और कांस्टेबल अपनी-अपनी *'बीट'* की जिम्मेदारी संभालते हैं।

इसी प्रकार अपराध-संवाददाता को पुलिस के *'ड्रेस कोड़'* की भी पर्याप्त जानकारी होनी चाहिये। उसे पता होना चाहिये कि भारतीय पुलिस सेवा के अधिकारी के कंधे पर अशोक चिह्न लगा होता है जबकि निरीक्षक के कंधे पर तीन और उपनिरीक्षक के कंधे पर दो सितारे जड़े होते हैं। सहायक उप-निरीक्षक के कंधे पर मात्र एक ही सितारा होता है। पुलिस कांस्टेबल का वेतन बहुत कम होता है और वे शिक्षित भी कम ही होते हैं इसलिए ये कांस्टेबल, अपराध-संवाददाता के अच्छे मित्र हो सकते हैं। पुलिस विभाग द्वारा किसी घटना के घटने पर बाकायदा प्रेस-विज्ञप्ति जारी की जाती है या प्रेस-कांफ्रेंस में पुलिस अधिकारी संवाददाताओं को घटना तथा अपराधियों के बारे में बताते हैं। कुछ बड़े शहरों में तो जनसंपर्क अधिकारी (उपनिरीक्षक या निरीक्षक स्तर का) की भी नियुक्ति प्रेस से संवाद को की जाती है। लेकिन इन सरकारी स्रोतों से प्राप्त सूचनायें अधिकतर अपर्याप्त होती हैं और अधिक जानकारी के लिए संवाददाता को अपने स्तर से प्रयास करने होते हैं। अपराध से संबंधित खबरों की जानकारी के लिए संवाददाता को चाहिये कि वह एक निश्चित अवधि के बाद पुलिस थाने में टेलीफोन द्वारा पूछताछ करता रहे। छोटे-शहरों में केवल एक बार ही फोन कर काम चलाया जा सकता है।

वास्तव में अपराध-संवाददाता बिना पाईप और बिना कैप के एक जासूस ही होता है लेकिन उसका उद्देश्य भिन्न होता है। किसी बड़े अपराध को *'कवर'* करते समय उत्तेजना के कारण संवाददाता कई महत्वपूर्ण पक्ष भूल सकता है इसलिए

संवाददाता को प्रत्येक समय निम्नलिखित सूची से मिलान कर लेना चाहिये :

1. दुर्घटना

→ क्या कोई मरा? कैसे?
→ क्या कोई घायल हुआ? कैसे?
→ गोली चली या मार-पिटाई हुयी? विवरण दें।
→ मृतकों का अंतिम संस्कार कब और कैसे किया गया, घायलों का उपचार कैसे किया जा रहा है?
→ क्या दुर्घटना के पीछे किसी व्यक्ति या संस्था का नाम भी आया है?

2. संपत्ति का नुकसान

→ नुकसान पहुंचाई गयी संपत्ति का विवरण एवं मूल्य।
→ क्या-क्या चुराया गया, जलाया गया या नष्ट किया गया?

3. अपराध-विधि

→ उन्होंने कैसे हमला किया?
→ उन्होंने कौन से हथियार प्रयोग किये?
→ अपराधियों ने पीड़ितों के साथ कैसा व्यवहार किया?
→ क्या यह अपराध, पूर्व में हुये किसी अपराध के समान है?

4. उद्देश्य

→ क्या अपराध की स्वीक्रोति हो चुकी है?
→ पीड़ितों ने क्या रिपोर्ट की? (पीड़ितों के ही शब्दों में दें)
→ पुलिस तथा प्रत्यक्षदर्शी क्या कह रहे हैं?
→ क्या बाद में कोई धमकी आदि भी दी गयी है?

5. गिरफ्तारी

→ गिरफ्तार व्यक्ति का नाम, आयु और व्यवसाय?
→ गिरफ्तारी करने वाले अधिकारी या कांस्टेबल का क्या कहना है?
→ औपचारिक आरोपों का विवरण।
→ क्या पुलिस कोई असामान्य व्यवहार कर रही है, अर्थात किसी का पक्ष ले रही है या किसी पर अत्याचार कर रही है?
→ कैदी को हवालात में रखा गया है या जेल भेजा गया है? (विवरण दें)।
→ क्या गिरफ्तार व्यक्ति को नियमानुसार प्रथम या द्वितीय श्रेणी की सुविधायें दी जा रही हैं?

6. सूत्र (सुराग)

→ घटनास्थल पर क्या कोई सुराग मिला है?
→ प्रत्यक्षदर्शियों ने क्या सुराग दिये हैं?
→ पुलिस किस सुराग पर काम कर रही है?

7. खोज

→ क्या पुलिस अपराधियों की पहचान कर उन्हें गिरफ्तार कर चुकी है? क्या संभावनायें हैं?
→ गुमशुदा व्यक्ति का विवरण, हुलिया?

अपराध संबंधी खबरों का संकलन करते समय संवाददाता को काफी सतर्क रहना चाहिये। अपराध संबंधी तथ्यों को पूरी निष्पक्षता से प्रस्तुत किया जाना चाहिये। किसी व्यक्ति को मुजरिम सिद्ध करने या निर्दोष प्रमाणित करने का काम संवाददाता का नहीं है। अपराध-समाचारों में व्यक्तिगत पूर्वाग्रहों को समाविष्ट करने का अर्थ है संबंधित व्यक्तियों के जीवन से खिलवाड़ करना।

आपराधिक-प्रक्रिया संवाद

जब किसी व्यक्ति पर कोई आरोप लगाकर उसे गिरफ्तार किया जाता है तो उसे पहले थाने ले जाया जाता हैं जहां से उसे न्यायाधीश के समक्ष पेश किया जाता है। विशेष संवाददाता को सम्पूर्ण अपराध प्रक्रिया और भारतीय दंड संहिता (*आई. पी.सी.*) की जानकारी होनी चाहिये ताकि वह निष्पक्ष रूप से सम्पूर्ण कार्रवाई से जनता को परिचित करा सके।

किसी व्यक्ति की गिरफ्तारी, वारंट प्रस्तुत करके या बगैर वारंट भी की जा सकती है। यह अपराध की प्रकृति पर निर्भर करता है। वारंट, न्यायाधीश द्वारा पुलिस को जारी किया गया प्राधिकार-पत्र होता है जिसमें किसी व्यक्ति विशेष को गिरफ्तार करके न्यायालय में प्रस्तुत करने का निर्देश दिया गया होता है। अपराधों की दो श्रेणियां होती हैं—जमानत योग्य और गैर-जमानती। जमानतयोग्य अपराध में अभियुक्त को किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति की जमानत पर छोड़ दिया जाता है लेकिन अभियुक्त को आवश्यकता पड़ने पर पुलिस थाने या न्यायालय में उपस्थित होना पड़ता है। यदि ऐसा नहीं होता है तो उसकी सम्पूर्ण जिम्मेदारी जमानत देने वाले व्यक्ति की होती है।
न्यायालय—फिलहाल भारत में छह प्रकार के आपराधिक न्यायालय हैं जिनमें विभिन्न अपराधों की सुनवाई की जाती है। ये निम्नलिखित हैं—

1. उच्च न्यायालय—यह विधि द्वारा बनाई गयी कोई भी सजा सुना सकता है।

2. सत्र न्यायालय—यह भी सभी प्रकार की सजायें सुना सकता है लेकिन इसके द्वारा दी गयी मृत्यु की सजा (फांसी) को उच्च न्यायालय का अनुमोदन प्राप्त होना आवश्यक है।

3. प्रथम श्रेणी न्यायालय—अधिकतम दो वर्ष तक की कैद और 1000 रुपये तक के जुर्माने की सजा सुना सकता है।

4. द्वितीय श्रेणी न्यायालय—अधिकतम छह मास की कैद और 200 रुपये तक के जुर्माने की सजा सुना सकता है।

5. तृतीय श्रेणी न्यायालय--अधिकतम एक माह की कैद और सौ रुपये तक के जुर्माने की सजा सुना सकता है।

गिरफ्तारी—किसी भी व्यक्ति को संवैधानिक अधिकार है कि उसे गिरफ्तारी के चौबीस घंटों के भीतर सक्षम न्यायाधीश के समक्ष पेश किया जाये ताकि वह अपने ऊपर लगाये गये आरोपों के संदर्भ में सफाई दे सके। लेकिन न्यायाधीश की विशेष अनुमति से गिरफ्तार व्यक्ति को अधिकतम 15 दिनों तक भी पुलिस हिरासत में रखा जा सकता है।

जांच-पड़ताल—अपराध होने की सूचना मिलते ही पुलिस को मामले की जांच-पड़ताल प्रारंभ कर देनी चाहिये। अपराध से संबंधित साक्ष्य जुटाने, गवाहों के बयान लेने और संबंधित विवरण प्राप्त करना भी जांच-पड़ताल के दायरे में आता है।

आरोप-पत्र—उपलब्ध तथ्यों के आधार पर पुलिस अधिकारी एक विस्तृत आरोप-पत्र तैयार करता है जिसमें सभी पक्षों (वादी और प्रतिवादी) के नाम, अपराध की प्रकृति, घटना से जुड़े अन्य व्यक्तियों के नाम-पते आदि का विवरण दर्ज रहता है। पुलिस यहां अभियोजक की भूमिका में होती है। वह अभियुक्त पर आरोप लगाती है और आरोपों के समर्थन में साक्ष्य प्रस्तुत करती है। यदि न्यायाधीश पुलिस द्वारा लगाये गये आरोपों से सहमत हो जाता है तो वह अभियुक्त के खिलाफ मुकदमा चलाये जाने का निर्देश दे देता है। वह अभियुक्त को जमानत पर छोड़ने या मामले की और अधिक गहराई से छानबीन करने का निर्देश भी दे सकता है।

पुलिस-डायरी—प्रत्येक पुलिस अधिकारी, की गयी जांच-पड़ताल की सम्पूर्ण जानकारी प्रतिदिन एक डायरी में अंकित करता है। डायरी में लिखा जाता है कि—(1) संबंधित सूचना उसे किस समय मिली (2) उसने जांच-पड़ताल कब शुरू की और कब समाप्त की (3) वह किन-किन स्थानों पर गया और (4) उसे कौन-कौन सी परिस्थितियों का सामना करना पड़ा। सामान्यतः पुलिस अधिकारी अपनी डायरी संवाददाता को उपलब्ध नहीं करवाता है। इसके स्थान पर वह मौखिक रूप से ही संबंधित जानकारियां दे देता है।

सम्मन-मामलों में अभियोग प्रक्रिया—इसमें अभियुक्त न्यायाधीश के समक्ष पेश होता है। फिर उसे उस पर लगाये गये आरोपों की जानकारी दी जाती है। फिर उससे पूछा जाता है कि क्यों नहीं उसे सजा सुना दी जाये? यदि अभियुक्त अपराध स्वीकार कर लेता है तो उसे उसी के शब्दों में दर्ज कर लिया जाता है और विधि द्वारा मान्य सजा सुना दी जाती है। यदि अभियुक्त अपराध से इंकार करता है तो

न्यायाधीश के समक्ष साक्ष्य और गवाह पेश किये जाते हैं। अगर न्यायाधीश सहमत हो जाता है कि अभियुक्त ने ही अपराध किया है तो वह उसे सजा सुना देता है अन्यथा उसे बाइज्जत बरी कर दिया जाता है।

निर्णय—न्यायालय द्वारा लिया गया निर्णय, खुले न्यायालय में, न्यायालय की भापा में या फिर वादी-प्रतिवादियों को समझ में आने वाली भाषा में सुनाया जाता है। अभियुक्त को भौतिक रूप से न्यायालय के समक्ष निर्णय सुनाये जाते समय उपस्थित रहना पड़ता है। लेकिन यदि संभाविंत सजा केवल आर्थिक जुर्माने की ही हो तो अभियुक्त को उपस्थित रहने से छूट मिल जाती है।

मृत्यु-दंड—सत्र-न्यायालय द्वारा दिये गये मृत्यु-दंड को उच्च-न्यायालय का अनुमोदन प्राप्त होना आवश्यक है। उच्च-न्यायालय को यह भी अधिकार है कि वह मृत्यु-दंड दिये गये मामले में और अधिक साक्ष्यों की मांग कर ले या फिर मृत्युदंड की सजा को खारिज कर नये सिरे से अभियोग चलाने का निर्देश दे दे। भारत के राष्ट्रपति और संबद्ध राज्य के राज्यपाल को यह अधिकार है कि वह मृत्यु-दंड सहित किसी भी सजा को माफ कर दे, कम कर दे या स्थगित कर दे।

विधि या न्यायालय संवाद

न्यायालय की रिपोर्टिंग को सबसे उबाऊ कार्य माना जाता है क्योंकि उबाऊ विषय-वस्तु के अतिरिक्त न्यायालय की लंबी प्रक्रिया से बेवजह तनाव पैदा होता है। इसके अलावा अभियोजन-पक्ष और बचाव-पक्ष की दलीलों व बहस के कारण भी मामला उबाऊ बन जाता है।

इस प्रकार की *'स्टोरी'* पाठक तभी पढ़ता है जब उसे उसमें कुछ खास लगे लेकिन इस विषय की लगभग सभी 'स्टोरी' एक समान ही होती हैं। इसलिए संवाददाता को चाहिये कि वो सिविल केस में सभी पक्षों और आपराधिक मामलों में अभियुक्त के बारे में ही विवरण दे। प्रमुख गवाहों तथा साक्ष्यों का भी स्टोरी में उल्लेख किया जा सकता है। स्वाभाविक रूप से इस तरह के मामलों में *'स्टोरी'* लिखते समय किसी भी प्रकार के पूर्वाग्रहों से ग्रसित नहीं होना चाहिये। किसी पक्ष विशेष को लाभ पहुंचाने वाले या नुकसान पहुंचाने वाले विशेषणों जैसे—*'मासूम'*, *'निर्दोष'*, *'हत्यारे'* या *'मुजरिम'* आदि शब्दों का प्रयोग कभी नहीं करना चाहिये। इस प्रकार के विशेषणों को 'टिप्पणी' के रूप में लिया जाता है और इसे 'न्यायालय की अवमानना' माना जाता है।

मुकदमा चलते समय आसपास के माहौल के बारे में अवश्य उल्लेख किया जाना चाहिये क्योंकि इससे स्टोरी में रोचकता आती है। यदि सुनवाई के समय दर्शक-दीर्घा बुरी तरह भरी हुयी हो या अपेक्षाकृत बिल्कुल खाली हो तो इसका उल्लेख किया जाना चाहिये क्योंकि इससे *स्टोरी* में नाटकीयता का पुट आता है।

यदि दर्शक दीर्घा खाली है तो पता लगता है कि जनसामान्य से जुड़े हुये मसलों पर भी जनता का कितना ध्यान है? सिविल मामलों की अपेक्षा आपराधिक मामलों में जनता की रुचि अधिक होती है।

हालांकि संयुक्त राज्य अमेरिका के न्यायालयों में फोटोग्राफर, सुनवाई के दौरान अभियुक्त के चित्र खींच सकता है लेकिन भारतीय न्यायालयों में ऐसा करने पर पूर्णतया प्रतिबंध है। हां, न्यायालय से बाहर अभियुक्त या वादी के चित्र लिये जा सकते हैं। न्यायालय रिपोर्टिंग का एक लाभ यह है कि न्यायालयों में दोपहर के समय लंबा भोजनावकाश होता है। इस दौरान संवाददाता अपने समाचार संपादक को मामले की प्रगति के बारे में टेलीफोन पर जानकारी दे सकता है ताकि *'स्टोरी'* के लिए समुचित स्थान बचाकर रखा जा सके।

चल रहे मामले के बारे में अधिक जानकारी न्यायालय-लिपिक से सुनवाई के बाद या वकीलों से ली जा सकती है। सुनवाई में भाग ले रहे वकीलों की पेशेगत जिम्मेदारी तो यही है कि वे मामले के बारे में न्यायालय के अलावा किसी अन्य को कोई जानकारी न दें लेकिन प्रचार पाने के लिए अक्सर वकील, प्रेस के संवाददाता से दोस्ताना व्यवहार करते हैं। किसी स्थानीय समाचार-पत्र में गवाहों के नाम के साथ-साथ उनके पते भी दिये जाते हैं जबकि राष्ट्रीय समाचार-पत्रों में केवल नाम का ही उल्लेख किया जाता है। विदेशी संवाददाता तो गवाहों के नाम तक भी नहीं देते हैं। विदेशी समाचार-माध्यमों को इस तरह के समाचार भेजते समय रॉयटर नामक एजेंसी मात्र यही कहती है–**"एक पुलिस कांस्टेबल ने न्यायालय को बताया कि..."**। वह पुलिस वाले का नाम देने से बचती है। कुछ विशेष मामलों को छोड़कर अधिकतर न्यायालय-संवाद काफी उबाऊ होते हैं लेकिन अपनी कल्पनाशीलता से स्टोरी में नाटकीयता लाकर संवाददाता उसे रोचक बना सकता है। संवाददाता को इस दिशा में पूरा प्रयास करना चाहिये।

खेल-संवाद

वह समय अब अतीत के पन्नों में सिमट चुका है जब समाचार-माध्यमों में 'खेल' को बहुत कम महत्व दिया जाता था। उस समय खेल की स्टोरी को कहीं भी लगा दिया जाता था लेकिन अब समय बदल चुका है। सभी समाचार-माध्यमों में खेल-रिपोर्टिंग को पर्याप्त स्थान दिया जाने लगा है। दिल्ली दूरदर्शन सहित कई निजी टेलीविजन कंपनियां भी खेल पर अलग चैनल शुरू कर चुकी हैं। पाठकों के बीच 'खेल रिपोर्टिंग' के महत्व का अंदाजा इसी से लगाया जा सकता है कि अब खेल विषय पर कई पत्रिकायें भी निकलने लगी हैं और हिन्दी-अंग्रेजी के सभी समाचार-पत्रों में खेल समाचारों के लिये एक-दो पेज निर्धारित कर दिये गये हैं। कुछ समाचार पत्र तो खेल पर विशेषांक या परिशिष्ट भी निकालते हैं।

भारतीय कुश्ती के इतिहास में पहली और अंतिम बार विश्व कुश्ती चैंपियनशिप में रजत पदक जीतने वाले विशम्भर सिंह के अनुसार—प्रारंभ में तब कोई खेल समाचार छपवाने के लिए संपादकों के हाथ जोड़ने पड़ते थे। अर्जुन पुरस्कार जीतने वाले गुरु विशम्भर बताते हैं कि 1967 में रजत पदक जीतने पर भी अखबारों में उन्हें बहुत कम *कवरेज* मिली। इस महत्वपूर्ण खबर को बनारस से प्रकाशित होने वाले **'आज'** ने दूसरे दिन छापा था। खेल-पत्रकारिता के संदर्भ में 1982 का वर्ष, मील का पत्थर कहा जा सकता है। इस वर्ष भारत ने नवें एशियाई खेलों की मेजबानी की थी। इसके लिए पहली बार कुछ मैचों को टेलीविजन पर सीधे प्रसारित करने की व्यवस्था की गयी थी। तब अखबारों ने भी इसकी *कवरेज* के लिए विशेष व्यवस्था की थी, हालांकि हिंदी के अखबार तब भी अपेक्षाकृत पीछे ही रह गये थे।

आज स्थिति पूर्ण रूप से बदल चुकी है। पाठक और श्रोता तो खेल-समाचारों में रुचि लेते ही हैं, साथ ही सभी समाचार-पत्र, चाहे बड़े हों या छोटे, स्थानीय हों या राष्ट्रीय, अंग्रेजी के हों या अन्य भारतीय भाषाओं के, खेल को पर्याप्त महत्व देते हैं। चूंकि भारत सरकार खेलों को प्रोत्साहित करने के लिए लगातार प्रयास कर रही है इसलिए खेलों के प्रति जनता की रुचि भी लगातार बढ़ती जा रही है। इसी कारण खेल समाचारों का पाठक-वर्ग भी फैलता जा रहा है। निम्नलिखित खेल भारत में काफी लोकप्रिय हैं और समाचार-माध्यमों में भी उन्हें पर्याप्त कवरेज मिलती हैं :

(1) क्रिकेट (2) हॉकी
(3) फुटबाल (4) टेनिस
(5) टेबिल टेनिस (6) बैडमिंटन
(7) बॉलीवाल (8) बास्केट बॉल
(9) बॉक्सिंग (10) बिलियर्ड
(11) हू-तू-तू (12) खो-खो
(13) घुड़सवारी (14) जिम्नास्टिक
(15) साइकिलिंग (16) पोलो
(17) तैराकी (18) निशानेबाजी
(19) कुश्ती और (20) दौड़

परंपराओं और मौसम आदि के कारण कुछ खेल एक क्षेत्र विशेष में ही अधिक लोकप्रिय होते हैं। इसी कारण भारत में फुटबाल पूर्व में, क्रिकेट पश्चिम में और हॉकी उत्तर व केन्द्रीय भारत में अधिक लोकप्रिय है। हॉकी और क्रिकेट दोनों ही दक्षिण भारत में समान रूप से लोकप्रिय हैं। मुंबई, कोलकाता, चेन्नई और दिल्ली जैसे महानगर देश में खेलों के प्रमुख केन्द्र हैं।

खेल-लेखक व विभाग—खेल पेज या *सेक्शन* सभी अखबारों में पाया जाता है।

बहुत से साप्ताहिक और मासिक पत्र भी खेल सेक्शन रखते हैं। बहुत से दैनिक समाचार-पत्र तो बिना विशेष खेल संवाददाता और खेल-संपादक के अपने आप को अधूरा महसूस करते हैं। किसी भी अखबार में खेल-सेक्शन का आकार उसके *सर्कुलेशन* पर निर्भर करता है। महानगरों में दैनिक पत्रों, जैसे—द *हिन्दु, द टाइम्स ऑफ इंडिया, हिन्दुस्तान टाइम्स,* नवभारत टाइम्स, राष्ट्रीय सहारा, दैनिक जागरण, द *स्टेटसूमैन,* अमृत बाजार पत्रिका और *इंडियन एक्सप्रेस* के खेल विभाग में 10 से 15 या और अधिक खेल-संवाददाता तथा उपसंपादक होते हैं। ये अखबार अक्सर विदेशी विशेषज्ञों की मदद भी लेते रहते हैं। क्षेत्रीय अखबारों, जैसे—*नेशनल हेराल्ड,* द *पॉयनियर, द हितवाद और दक्कन क्रॉनिकल,* में दो या तीन खेल संवाददाता होते हैं।

खेल-पेज की विषयवस्तु—खेल-पेज की कुल विषय सामग्री को मोटे तौर पर दो भागों में बांटा जा सकता है—वर्णनात्मक लेख और खोजपरक लेख। इन दोनों प्रकार के लेखों में मुख्य अंतर, लिखने की भिन्न शैली और विषयवस्तु का होता है। वर्णनात्मक लेख, खेल और प्रतियोगिताओं की रपटें होती हैं। इसमें भी पत्रकारिता के उल्टे पिरामिड, पांच डब्ल्यू (ककारों) और एक *'एच'* का ध्यान रखा जाता है।

खेल-रिपोर्टिंग करते समय किसी भी संवाददाता को निम्नलिखित तथ्यों का ध्यान रखना चाहिये :

1. प्रतियोगिता में भाग लेने वाली टीमों या खिलाड़ियों के नाम। चैंपियनशिप या टूर्नामेंट क्या है, किस चरण पर है तथा इसके आयोजक कौन हैं?
2. खेल, किस समय और कौन से मैदान पर खेला गया? मैच की अवधि अर्थात मैच एक दिनी था, पांच दिनों का टेस्ट मैच था या तीन-दिनों का था?
3. प्रतियोगिता का परिणाम क्या रहा? कौन जीता? जीत का अंतर क्या था? क्या प्राप्त परिणाम अपेक्षित था या बिल्कुल अनपेक्षित?
4. परिणाम का प्रभाव?
5. किस खिलाड़ी ने व्यक्तिगत रूप से बेहद अच्छा प्रदर्शन किया या किसने बेहद निराश किया?
6. मैच के जटिल क्षण? खिलाड़ियों द्वारा *स्कोर* किस प्रकार बनाया गया?
7. मैदान पर हुयी कोई दुर्घटना या खिलाड़ी को लगी कोई चोट।
8. मैच के दौरान मौसम की स्थिति। धूप, सर्दी, बरसात या तेज हवा चलने का खिलाड़ियों, खेल और मैदान पर क्या प्रभाव पड़ा?
9. *अम्पायर* कौन था? क्या उसने कोई विवादास्पद निर्णय दिया? यदि हां तो उसका क्या प्रभाव पड़ा?
10. उपस्थित दर्शक कैसे थे? क्या भीड़ अधिक थी या बेहद कम? दर्शक, खिलाड़ियों को प्रोत्साहित कर रहे थे या हूट?

लीड़—किसी भी खेल-प्रतियोगिता का परिणाम काफी महत्वपूर्ण होता है। प्रतियोगिता का अंतिम परिणाम, टीमों के नाम, मैच का समय व स्थल आदि तथ्य दस में से नौ खेल स्टोरी की लीड़ में स्थान पाते हैं। संबंधित अन्य विवरण, स्टोरी की बॉडी में स्थान पाते हैं। अधिकतर खेल स्टोरी, विशेषकर क्रिकेट से संबंधित स्टोरी के अंत में अंतिम *'स्कोर बोर्ड'* भी दिया जाता है।

खेल स्तंभ—बहुत से अखबार नियमित रूप से खेल-स्तंभ छापते हैं तो कुछ अखबार कभी-कभी ही ऐसे स्तंभ प्रकाशित करते हैं। इन स्तंभों में स्तंभकार, होने वाली खेल-प्रतियोगिता के परिणामों के बारे में भविष्यवाणी करते हैं और सम्पूर्ण खेल की सूक्ष्म विवेचना करते हैं ताकि परिणाम के 'कैसे' और 'क्यों' का विश्लेषण किया जा सके। यहां स्तंभकार के विचारों के लिए काफी जगह होती है लेकिन फिर भी यह पर्याप्त ज्ञान और निष्पक्ष निर्णय पर आधारित होने चाहिये।

प्रतियोगिता-पूर्व स्टोरी—प्रतियोगिता प्रारंभ होने से पूर्व ही संबंधित स्टोरी की मांग काफी बढ़ जाती है। प्रतियोगिता-पूर्व स्टोरी में प्रतिद्वंद्वी टीमों की क्षमता और प्रतियोगिता के परिणाम की भविष्यवाणी की जाती है। इस प्रकार की स्टोरी की मांग बड़ी प्रतियोगिता शुरू होने की पूर्व-संध्या पर काफी बढ़ जाती है। इसमें मैदान की स्थिति पर भी चर्चा की जाती है। यदि दोनों टीमें परंपरागत रूप से एक दूसरे की प्रतिद्वंद्वी हैं (जैसे—कलकत्ता की ईस्ट बंगाल और मोहन बागान फुटबाल टीम; मुंबई की टाआ स्पोर्टस क्लब और लुसीटेनियन्स हॉकी टीमें; नागपुर की नागपुर जिमखाना और नागपुर युनाइटेड हॉकी टीमें एवं भारत और पाकिस्तान की क्रिकेट टीमें) तो जनता किसी विशेषज्ञ द्वारा दोनों टीमों की संभावनाओं के बारे में विश्लेषण की मांग करती है। प्रतिद्वंद्वी टीमों के कैंपों में जाकर टीम के कप्तानों और प्रबंधकों से मिलकर, उनकी सुनकर खेल-संवाददाता स्टोरी लिखता है।

खेल-संवाददाता की योग्यताएं—किसी भी संवाददाता के लिए जरूरी कुछ मूलभूत योग्यताओं के अलावा खेल-संवाददाता में कुछ विशेष योग्यतायें भी होनी चाहियें, तभी वह एक सफल और रोचक खेल-स्टोरी तैयार कर पायेगा।

खेल-संवाददाता के लिए आवश्यक है कि उसे खेल के सभी नियम और शर्तें पता हों और संबंधित खेल में पूर्व में बनाये गये *रिकॉर्ड* भी उसे पता हों। उसे पता होना चाहिये कि किसी खेल-संगठन की संरचना क्या है, वह कैसे कार्य करता है और विभिन्न प्रतियोगितायें किस प्रकार आयोजित की जाती हैं? खेल-संवाददाता बनने की इच्छा रखने वाले किसी भी व्यक्ति के लिए आवश्यक है कि उसे संबंधित खेल के मूल तथ्यों का ज्ञान हो, जैसे—'रणजी ट्रॉफी' राष्ट्रीय क्रिकेट प्रतियोगिता है, 'संतोष ट्राफी' राष्ट्रीय फुटबाल प्रतियोगिता है और हॉकी की राष्ट्रीय प्रतियोगिता 'रंगास्वामी कप' है। सभी खेल-संवाददाताओं को अपने पास *'बुक की रूल बुक'* रखनी चाहिये जो भारतीय और विदेशी खेलों की आदर्श नियमावली मानी जाती है।

खेल-पेज के पाठक काफी ज्ञानी होते हैं और उन्हें सभी *रिकॉर्ड* आदि याद रहते हैं इसलिए संवाददाता को विशेष सावधानी बरतनी चाहिये। हॉकी, फुटबाल और क्रिकेट जैसे तेज खेलों में संवाददाता को भी तेजी दिखानी चाहिये लेकिन ध्यान रहे कि तेजी के चक्कर में शुद्धता और तथ्यों से कोई समझौता नहीं किया जाये।

शासकीय संवाद

भारत में शासकीय रिपोर्टिंग काफी महत्वपूर्ण होती है क्योंकि सरकार की समस्त घोषणाओं को जनता तक प्रेस ही पहुंचाता है और सरकारी कामकाज और क्रियान्वयन का लेखा-जोखा भी प्रेस ही रखती है। पंचायत राज तंत्र के कारण भारत में सत्ता गांव तक विकेन्द्रित है। अच्छी शासकीय रिपोर्टिंग के लिए आवश्यक है कि संवाददाता को सम्पूर्ण शासकीय तंत्र की पर्याप्त जानकारी हो।

पंचायती तंत्र का अर्थ है गांवों के स्तर तक सत्ता का विकेन्द्रीकरण और गांव वालों की सत्ता में भागीदारी। गांव स्तर से चलकर हम शासकीय-संगठन का अध्ययन, जिला, महानगर, राज्य और केन्द्रीय स्तर पर भी कर सकते हैं। प्राचीन भारत से ही हमारे यहां पंचायती राजव्यवस्था का उल्लेख मिलता है। लेकिन बाद में अंग्रेजों ने इस व्यवस्था को लगभग नष्ट कर दिया। फिर भारतीय संविधान में पंचायती राज के गठन का प्रावधान किया गया। संविधान के भाग-4 में राज्य के नीति-निर्देशक तत्वों में अनुच्छेद-40 के अनुसार—"राज्य, ग्राम-पंचायतों का संगठन करने के लिए कदम उठायेगा।" 1992 में केन्द्र सरकार ने पंचायत-व्यवस्था लागू करने के लिए संविधान में 73वां और 74वां संशोधन किया।

73वां संविधान संशोधन (1992)—इसके द्वारा संविधान में नौवां नया अध्याय, अनुच्छेद 243-A से लेकर 243-0 तथा 11वीं अनुसूची जोड़ी गयी। ये सभी ग्राम-पंचायत के गठन और उसकी शक्तियों से संबंधित हैं। इसमें—

1. ग्राम पंचायत स्थापित करने के लिए 'प्रत्यक्ष चुनाव' की व्यवस्था की गयी। इसके लिए पूरे राज्य को विभिन्न पंचायती निर्वाचन क्षेत्रों में समरूप स्तर पर बांटा गया।
2. उम्मीदवारों की न्यूनतम आयु घटाकर 21 वर्ष कर दी गयी।
3. महिलाओं के लिये 33 प्रतिशत आरक्षण की व्यवस्था की गयी। इसी प्रतिशत का 33 प्रतिशत अनुसूचित जाति-जनजाति की महिलाओं को दिया गया।
4. प्रत्येक राज्य में एक राज्य-चुनाव-आयोग के गठन का निर्णय लिया गया जो चुनाव का निरीक्षण, निर्देशन और नियंत्रण करेगा।
5. एक राज्य वित्त आयोग के गठन का निर्णय भी लिया गया जो राज्य और पंचायती राज संस्थाओं के बीच विभाज्य करों के विवरण के बारे में अनुशंसा देगा।

6. 11वीं अनुसूची में ग्राम-पंचायत के कुल 29 कार्य निर्धारित किये गये जिनमें सामाजिक व आर्थिक योजनाओं को बनाना और उनका क्रियान्वयन शामिल है।

74वां संविधान संशोधन—इसके द्वारा संविधान में एक नया अध्याय 9-A, नई 12वीं अनुसूची और अनुच्छेद 243-P से 243-Z तक जोड़े गये। इसके अनुसार—

1. सम्पूर्ण नगर क्षेत्र को तीन भागों में विभाजित किया गया—नगर पंचायत (गांव से कस्बों में बदल रहे स्थान), नगर परिषद (मध्यम नगर) और नगर निगम (महानगर)।
2. इन नगर-निकाय संस्थाओं को संविधान की 12वीं अनुसूची में कुल 18 विषयों से संबंधित कार्य सौंपे गये हैं।

शासन के अन्य अंग निम्नलिखित हैं और इनके बारे में भी शासकीय-संवाददाता को पूर्ण जानकारी होनी चाहिये—

जिला—प्रत्येक राज्य को कुछ जिलों में बांटा गया है। प्रत्येक जिले का सर्वोच्च अधिकारी, जिलाधिकारी कहलाता है। कहीं-कहीं इसे *कलेक्टर* भी कहते हैं। यह भारतीय प्रशासनिक सेवा का अधिकारी होता है।

मंडल—तीन या चार या अधिक जिलों को मिलाकर एक मंडल बनता है जिसका सर्वोच्च अधिकारी, मंडलायुक्त (*कमिश्नर*) कहलाता है।

राज्य—मंडल से ऊपर सरकार की इकाई राज्य होती है। प्रत्येक राज्य में संसदीय लोकतांत्रिक व्यवस्था होती है। राज्य की कार्यपालिका शक्ति का प्रधान राज्यपाल होता है जिसकी नियुक्ति 5 वर्षों के लिए भारत के राष्ट्रपति करते हैं। राज्यपाल, मंत्रिपरिषद के परामर्श पर कार्य करता है जो स्वयं राज्य की विधायिका के प्रति उत्तरदायी होती है। राज्य में सत्ता का प्रमुख मुख्यमंत्री होता है। प्रत्येक राज्य में एक विधानसभा होती है जबकि कुछ राज्यों में राज्यसभा की तर्ज पर विधान परिषद् भी होती हैं जैसे—उत्तर प्रदेश, बिहार और मध्य प्रदेश में। मुख्यमंत्री के नियंत्रण में तीन प्रकार के मंत्री होते हैं—कैबिनेट मंत्री, राज्यमंत्री और उपमंत्री।

सभी राज्यों में विभिन्न विषयों से संबंधित अलग-अलग मंत्रालय होते हैं, जैसे—गृह, वित्त, राजस्व, श्रम, विधि, सार्वजनिक स्वास्थ्य, शिक्षा, कृषि, पंचायती राज, विज्ञान एवं तकनीकी, खेल, मानव संसाधन, योजना, स्थानीय निकाय, सार्वजनिक निर्माण, विद्युत, यातायात, योजना, विकास, सामान्य आपूर्ति, कुटीर उद्योग, लघु उद्योग, सामाजिक न्याय और महिला कल्याण मंत्रालय।

राजस्व उगाहने वाले राज्य के प्रमुख विभाग हैं—आय कर, बिक्री कर, उत्पाद कर, भू-राजस्व आदि जबकि खर्चे वाले विभाग हैं—शिक्षा, पुलिस, निर्माण, सड़क, चिकित्सा और सामान्य प्रशासन। किसी भी राज्य की राजधानी में रिपोर्टिंग करने वाले संवाददाता को समाचारों के लिए तीन स्रोतों पर निर्भर रहना पड़ता है। पहला प्रमुख स्रोत है अन्य समाचार-पत्र और *टेलीविजन चैनल*। संवाददाता को प्रतिदिन

दो-तीन घंटे अन्य समाचार-पत्र पढ़ने की आदत डालनी चाहिये और समाचार-चैनल (जैसे—*जी न्यूज, स्टार न्यूज* और *आज तक*) भी देखने चाहियें। संवाददाता के लिए समाचारों का दूसरा प्रमुख स्रोत हैं—सरकारी विज्ञप्तियां। विभिन्न सरकारी मंत्रालय और विभाग अपने कार्यों से संबंधित घोषणाओं के लिए प्रेस-विज्ञप्तियां जारी करते हैं और समय-समय पर प्रेस-कांफ्रेंस भी आयोजित करते रहते हैं। इसके अलावा प्रत्येक राज्य में एक सूचना निदेशक और जिले में सहायक सूचना निदेशक भी होते हैं। तीसरा स्रोत संवाददाता के स्वयं के प्रयास होते हैं। उसे विधानसभा और विधान परिषद के सत्रों में भाग लेना चाहिये, विभिन्न विभागों का दौरा करना चाहिये और संबंधित मंत्रियों के साक्षात्कार लेने चाहियें।

'संपर्क' किसी भी संवाददाता के लिए बेहद महत्वपूर्ण होते हैं। संवाददाता को प्रत्येक विभाग और प्रत्येक मंत्रालय में अपने संपर्कों का जाल बिछा लेना चाहिये ताकि उसे *'स्टोरी'* सबसे पहले मिले और ठीक मिले। *'स्टोरी'* से संबंधित विवरण और तथ्य सरलतापूर्वक केवल संपर्कों के आधार पर ही मिल सकते हैं।

संसदीय संवाद

संसदीय रिपोर्टिंग करने वाले संवाददाता को संपूर्ण संसदीय प्रक्रिया की पर्याप्त जानकारी होनी चाहिये। संसदीय क्रियाकलापों की रिपोर्टिंग करना एक बेहद संवेदनशील कार्य है और अज्ञानतावश इसमें जरा सी चूक भी होने पर अर्थ का अनर्थ हो सकता है। इस संदर्भ में उत्तर प्रदेश विधानसभाध्यक्ष केशरीनाथ त्रिपाठी ने एक बातचीत के दौरान मुझे एक रोचक प्रसंग बताया था जिसका उल्लेख यहां प्रासंगिक होगा। हुआ यह था कि उत्तर प्रदेश विधानसभा में एक प्रस्ताव विचारार्थ पेश किया गया। इस एक पंक्ति के प्रस्ताव में एक बिल-विशेष पेश करने के लिए सदन से अनुमति मांगी गयी थी। संबंधित मंत्री ने प्रस्ताव पेश करते हुये सदन से जानना चाहा था कि *'धर्मस्थल विधेयक'* को सदन में पेश किया जाना चाहिए या नहीं? सदन ने इस अनुमति प्रस्ताव को पास कर दिया और *'धर्मस्थल विधेयक'* सदन के पटल पर रख दिया गया। उसी दिन *'स्टार टी.वी.'* ने यह खबर प्रसारित कर दी कि उत्तर प्रदेश विधानसभा ने विवादास्पद *'धर्मस्थल विधेयक'* पारित कर दिया है। अगले दिन *'टाइम्स ऑफ इंडिया'* जैसे राष्ट्रीय अखबार ने भी बैनर के साथ यह खबर प्रकाशित कर दी। यहां तक कि *'टाइम्स ऑफ इंडिया'* ने कई विपक्षी विधायकों के नाम देते हुये लिख दिया कि इन्होंने प्रस्ताव का डटकर विरोध किया था। बाद में *'स्टार टीवी'* और *'टाइम्स ऑफ इंडिया'* ने क्षमा-याचना करते हुये खबर को बेबुनियाद बता दिया। लेकिन चिड़िया खेत चुग चुकी थी, नुकसान हो चुका था। इन बेबुनियाद खबरों के बाद राज्य भर में तनावपूर्ण स्थिति बन गयी। कई जगह दंगे भड़के, धरना-प्रदर्शन हुये। यदि *'स्टार टीवी'* या *'टाइम्स ऑफ इंडिया'* के संवाददाताओं को पता होता कि

सदन में किसी विधेयक को पेश करने से पूर्व उसकी अनुमति लेनी पड़ती है और अनुमति के प्रस्ताव के पास हो जाने का अर्थ यह नहीं है कि विधेयक पास हो गया है, तो राज्य की संपत्ति तथा जनता को यों नुकसान नहीं उठाना पड़ता।

संसद या विधानसभा की कार्यवाही, विषयों का विपुल भंडार होती है। यहां प्रतिदिन की संसदीय कार्यवाही, एक पुस्तिका के रूप में छापी जाती है लेकिन समाचार-पत्र उसे ज्यों-का-त्यों नहीं छाप सकते। उसका केवल सारांश ही दिया जा सकता है। संसदीय संवाददाता का कर्तव्य है कि वह पहले संसद तथा विधानसभाओं के गठन व उनकी संरचना की पूरी जानकारी प्राप्त कर ले। उसे सत्तारूढ़ और विपक्षी दलों की संख्या-शक्ति के बारे में पता होना चाहिये। उसे पता होना चाहिये कि कब-कब अधिवेशन होते हैं? कौन अधिवेशन बुलाता है? बोलने के लिए किस प्रकार अनुमति लेनी पड़ती है? कौन-कौन से संसदीय प्रस्ताव होते हैं तथा बजट कैसे पास होता है?

संवाददाता यदि राजनीतिशास्त्र का अध्येता रहा हो तो उसका कार्य काफी आसान हो जाता है। किसी समाचार से संसद की मानहानि न हो, सांसदों या विधायकों के विशेषाधिकारों का हनन न हो, इस बात का ध्यान भी उसे रखना चाहिये। यहां उल्लेखनीय है कि संसदीय-संवाददाता को लोकसभाध्यक्ष या विधानसभाध्यक्ष के निर्णय की आलोचना करने का कोई अधिकार नहीं है। वह *'स्टोरी'* में न तो उनका विरोध कर सकता है और न ही तथ्यों को तोड़-मरोड़ कर *'स्टोरी'* को हास्यास्पद बना सकता है। लंबे समय तक बैठने और सुनने का धैर्य, अच्छे संसदीय संवाददाता की पहली पहचान है। सामान्यतः यह देखा गया है कि प्रश्नोत्तर काल में पत्रकार-दीर्घा खचाखच भरी रहती है लेकिन जैसे-जैसे बहस गंभीर होती जाती है, लंबी खिंचने लगती है, संवाददाता धीरे-धीरे बाहर की ओर खिसकने लगते हैं या बैठे-बैठे ऊंघने लगते हैं। नतीजा यह होता है कि संसद की उत्तेजनात्मक कार्यवाही को तो प्रेस में अनावश्यक महत्व मिलता है और गंभीर तथा विकास से संबंधित मुद्दे पीछे रह जाते हैं।

जो संवाददाता धैर्यपूर्वक सदन की दीर्घा में बैठने और सुनने के अभ्यस्त हैं उनको संसदीय नियमों, शिष्टाचार आदि की जानकारी कई सांसदों या विधायकों से भी अधिक होती है और इसकी झलक उनकी *'स्टोरी'* में स्पष्ट रूप से दिखती है। यदि संवाददाता, संसदीय मामलों का अच्छा जानकार है तो वह अपनी संसद-समीक्षा के द्वारा सदन के विचारार्थ अनेक नये सुझाव, नये प्रस्ताव और उलझी गुत्थियों के सर्वस्वीकार्य हल प्रस्तुत कर सकता है। एक अच्छा संवाददाता वही है जो प्रेस-दीर्घा में बैठने के अलावा सत्तारूढ़ दल और विपक्ष के सदस्यों से घनिष्ठ संबंध रखता है ताकि वह सदन में कहे जाने वाले प्रत्येक शब्द के निहित अर्थ को भलीभांति समझ सके तथा आवश्यकता होने पर किसी बात को व्यक्तिगत

संपर्क के चलते उगलवा ले। इस कार्य के लिए संसदीय सौंध में स्थित केन्द्रीय कक्ष अत्यंत उपयुक्त स्थान है।

प्रत्येक मंत्रालय के क्रियाकलापों को चलाने के लिए संसदीय समितियां होती हैं जिनमें विभिन्न विषयों पर खुलकर बहस होती है। इसके संवाद खोजकर निकालना काफी कठिन लेकिन महत्वपूर्ण कार्य है। अमेरिका में इस तरह की समितियों में पत्रकार भाग ले सकते हैं लेकिन भारत में ऐसा नहीं है। अतः इन समितियों के विशिष्ट समाचार वही संवाददाता खोद कर निकाल सकता है जिसका सांसदों से घनिष्ठ संपर्क होता है। गोपनीय होने के कारण इन समाचारों के प्रति जनता में अधिक जिज्ञासा होती है और जनता ऐसे खोजी-समाचार जानने को लालायित रहती है।

संसदीय रिपोर्टिंग प्रारम्भ करने से पूर्व संसदीय संवाददाता को संसद के गठन और निर्वाचन प्रणाली का ज्ञान प्राप्त कर लेना चाहिये ताकि इस संवेदनशील विषय पर कोई चूक न हो। संवाददाता को पता होना चाहिये कि संसद, भारत संघ की सर्वोच्च विधायिका है और राष्ट्रपति, लोकसभा एवं राज्यसभा मिलकर संसद का निर्माण करते हैं। संसद तथा संसदीय प्रक्रिया से संबंधित कुछ महत्वपूर्ण तथ्य निम्नलिखित हैं—

राष्ट्रपति—यह संसद का एक संघटक अंग है परंतु यह दोनों सदनों में न तो बैठता है और न ही उनकी कार्यवाही/चर्चा में भाग लेता है। संसद द्वारा पारित कोई भी विधेयक, राष्ट्रपति की अनुमति या हस्ताक्षर के बाद ही विधि का रूप लेता है।

राज्यसभा—इसे उच्च या द्वितीय सदन भी कहते हैं और इसमें जनसंख्या के आधार पर राज्यों का प्रतिनिधित्व होता है। इसकी अधिकतम सदस्य संख्या 250 है जिनमें से 12 सदस्यों को राष्ट्रपति नामित करता है और शेष 238 सदस्य, राज्य विधानसभाओं के निर्वाचित सदस्यों द्वारा **अनुपातिक प्रतिनिधित्व पद्धति के एकल संक्रमणीय मत पद्धति** द्वारा निर्वाचित किये जाते हैं। इसको स्थायी सदन कहते हैं जो कभी भंग नहीं होता। इसके सदस्यों का कार्यकाल छह वर्ष होता है और इसके एक-तिहाई सदस्य प्रत्येक दूसरे वर्ष सेवानिवृत्त होते रहते हैं।

लोकसभा—इसे निम्न सदन कहा जाता है जो अस्थायी प्रकृति का होता है। इसके सदस्यों का कार्यकाल 5 वर्ष होता है। इसकी अधिकतम सदस्य संख्या 552 है जिनमें 530 राज्यों से, 20 संघ शासित क्षेत्रों से और दो ऐंग्लो इंडियन समुदाय (नामित) से आते हैं। किसी भी बैठक के लिए गणपूर्ति या *कोरम* का होना आवश्यक है जो कुल सदस्य-संख्या का दसवां भाग होती है।

लोकसभाध्यक्ष—इसका चुनाव लोकसभा सदस्यों के बीच से ही किया जाता है और इसका प्रमुख दायित्व सदन की कार्यवाही का सहज व सुव्यवस्थित ढंग से संचालन करना होता है। वह सामान्यतः अपने मत का प्रयोग नहीं करता है लेकिन यदि किसी प्रस्ताव के पक्ष-विपक्ष में समान वोट पड़े हों तो वह अपने मताधिकार का प्रयोग करता है।

लोकसभाध्यक्ष का कार्यकाल, निर्वाचित होने से लेकर अगली लोकसभा की प्रथम बैठक के ठीक पूर्व तक होता है। अध्यक्ष उपाध्यक्ष को और उपाध्यक्ष अध्यक्ष को अपना त्यागपत्र सौंपता है। यदि उपाध्यक्ष उपलब्ध न हो तो लोकसभाध्यक्ष अपना त्यागपत्र भारत के मुख्य न्यायाधीश को सौंप सकता है। चौदह दिन की पूर्व सूचना देकर एक संकल्प के द्वारा बहुमत के आधार पर प्रस्ताव पारित कर लोकसभाध्यक्ष को पद से हटाया जा सकता है।

लोकसभाध्यक्ष के कार्य

1. लोकसभा की बैठक और लोकसभा व राज्यसभा की संयुक्त बैठक की अध्यक्षता करना।
2. कोई विधेयक 'धन-विधेयक' है या नहीं, इसका निर्धारण करना। इस संदर्भ में इसका निर्णय अंतिम होता है।
3. पक्ष-विपक्ष में समान मत पड़ने पर अपने मताधिकार का प्रयोग करना।
4. राष्ट्रपति एवं संसद के मध्य सम्पूर्ण पत्र-व्यवहार इसी के द्वारा होता है।

बजट (वार्षिक वित्तीय विवरण)—बजट पास करने का अधिकार केवल लोकसभा को ही है, राज्यसभा में इस पर केवल बहस हो सकती है। पूरा बजट टुकड़ों-टुकड़ों में पास किया जाता है। बाद में सभी अंशतः पारित प्रस्तावों को मिलाकर अंत में 'विनियोजन विधेयक' पेश किया जाता है। यदि बजट पास होने में देर हो तो अनुच्छेद-116 के अंतर्गत लेखानुदान पास कर दिया जाता है। चुनाव-वर्ष में बजट पेश नहीं किया जा सकता। बजट के संदर्भ में संसद, तीन प्रकार के कटौती प्रस्ताव पेश कर सकती है—नीतिगत, मितव्ययिता और सांकेतिक कटौती प्रस्ताव।

नीतिगत कटौती प्रस्ताव—बजट में अंतर्निहित किसी नीति से विरोध जाहिर करने को नीतिगत कटौती प्रस्ताव के द्वारा सौ रुपये की कटौती का प्रस्ताव रखा जाता है।

मितव्ययिता कटौती प्रस्ताव—यदि बजट में कोई अपव्यय दृष्टिगोचर हो तो इस प्रस्ताव के द्वारा उसमें से निर्धारित राशि की कटौती का प्रस्ताव किया जा सकता है।

सांकेतिक कटौती प्रस्ताव—यदि सरकार को किसी शिकायत के लिए दोषी माना जा रहा है तो विरोध के तौर पर एक रुपये की राशि की कटौती का प्रस्ताव लाया जा सकता है।

धन-विधेयक—इसका निर्धारण केवल लोकसभाध्यक्ष ही कर सकता है और इसे केवल लोकसभा में ही पेश किया जा सकता है। धन विधेयक की निम्नलिखित विशेषतायें होती हैं—

1. इसके द्वारा किसी कर का अधिरोपण, समापन या उसमें बदलाव किया जाता है।
2. यदि सरकार कोई कर्ज ले रही हो तो उसे भी धन-विधेयक ही कहेंगे।

3. यदि कोई खर्च, संचित निधि पर भारित खर्च के रूप में पेश किया जाए।

संसद के विशेषाधिकार—ये दो प्रकार के होते हैं—व्यक्तिगत रूप से सांसद को व संसद को सभा के रूप में प्राप्त विशेषाधिकार।

सांसद के व्यक्तिगत विशेषाधिकार

1. भाषण का अधिकार। संसद में बोले गये वाक्यों के लिए किसी प्रकार की कोई सजा नहीं मिल सकती।
2. किसी सिविल केस में, अधिवेशन प्रारंभ होने के 40 दिन पूर्व और 40 दिन बाद तक सांसद को गिरफ्तार नहीं किया जा सकता।
3. संसद के अधिवेशन के दौरान, न्यायालय में गवाह के रूप में पेश होने से उसे मुक्ति मिली रहती है।

सभा के रूप में संसद को प्राप्त विशेषाधिकार

1. अपनी बहसों, चर्चा-परिचर्चा और प्रक्रिया को प्रकाशित करने और किसी अन्य को प्रकाशित न करने देने का विशेषाधिकार।
2. गैर-सदस्यों को संसद में उपस्थित होने से रोकने का अधिकार।
3. अपने विशेषाधिकारों के हनन के लिए संसद, अपने सदस्यों और गैर-सदस्यों को सजा दे सकती है।

संसदीय समितियां—संसद, समितियों के द्वारा ही कार्य करती है। ये दो प्रकार की होती हैं—तदर्थ (कार्य समाप्ति पर भंग हो जाने वालीं) और स्थायी समितियां। स्थायी समितियां भी तीन प्रकार की होती हैं—प्राक्कलन, सार्वजनिक लेखा और विभागीय समितियां।

प्रश्न-काल

→ प्रतिदिन पहला एक घंटा (11 बजे से 12 बजे तक) प्रश्नकाल कहलाता है।
→ इसमें प्रश्न पूछने से पूर्व 10 दिन का नोटिस आवश्यक है।
→ प्रश्न व उत्तर, लोकसभाध्यक्ष को संबोधित होते हैं।
→ दो प्रकार के प्रश्न पूछे जा सकते हैं—तारांकित प्रश्न (उत्तर मौखिक होता है तथा उस पर दो पूरक प्रश्न पूछे जा सकते हैं) और अतारांकित प्रश्न (उत्तर लिखित होता है लेकिन पूरक प्रश्न नहीं पूछे जा सकते)।

शून्यकाल

→ प्रतिदिन 12 बजे से एक बजे तक।
→ किसी भी महत्वपूर्ण राष्ट्रीय मुद्दे पर अध्यक्ष की अनुमति से शून्यकाल में प्रश्न पूछे जा सकते हैं।

स्थगन-प्रस्ताव—एजेंड़े के अनुसार सामान्य प्रक्रिया को रोककर किसी राष्ट्रीय महत्व के मुद्दे पर बहस करना।

ध्यानाकर्षण-प्रस्ताव—छूट गये मुद्दों पर ध्यान आकर्षित करने के लिए यह प्रस्ताव लाया जाता है। इसमें ध्यानाकर्षण के अलावा सुझाव और विचार भी दिये जा सकते हैं।

निंदा-प्रस्ताव—सरकार की किसी नीति की निंदा करने के लिए निंदा-प्रस्ताव लाया जाता है। यह अविश्वास-प्रस्ताव के समतुल्य होता है और इसके पास होने पर सरकार गिर जाती है। इसमें निंदा का कारण बताना आवश्यक है जबकि अविश्वास प्रस्ताव में अविश्वास का कारण बताना आवश्यक नहीं है।

युद्ध-संवाद

पूर्व में कई राजा-महाराजाओं के बीच युद्धों का विवरण मिलता है। आज आधुनिक युग में भी विभिन्न देशों के बीच अक्सर युद्ध होते रहते हैं, जैसे—ईरान-इराक के बीच युद्ध, खाड़ी का युद्ध (इराक और अमेरिका के बीच) और भारत-पाक के बीच कारगिल युद्ध। महाभारत में वर्णित **'संजय'** को यदि हम विश्व का पहला युद्ध-संवाददाता मानें तो कोई अतिश्योक्ति नहीं होगी।

युद्ध-संवाददाता को बेहद चतुर और फुर्तीला होना चाहिये क्योंकि उसे युद्ध-क्षेत्र से ही संवाद भेजने पड़ते हैं। पिछले दिनों कश्मीर के कारगिल नामक स्थान पर भारत और पाकिस्तान के बीच हुये युद्ध का कई संवाददाताओं ने सजीव विवरण भेजा था। विभिन्न मुद्रित-माध्यमों के अलावा **'जी न्यूज'** और **'आज तक'** जैसे टीवी चैनलों ने कैमरों से लैस अपने संवाददाता कारगिल भेजे थे जिन्होंने अपनी जान पर खेलकर युद्ध की सजीव रिपोर्टिंग की थी। युद्ध में सफलता के लिए आवश्यक है कि दुश्मन को हमारी गतिविधियों की भनक तक न लगे और हमारी युद्ध-संचालन नीति गोपनीय बनी रहे लेकिन पत्रकारिता की स्थिति भिन्न होती है। पत्रकार अपनी पेशेगत जिम्मेदारियों के चलते युद्ध के मैदान की सारी गतिविधियों से जनता को परिचित करा देना चाहता है। लेकिन अपने देश की खातिर युद्ध-संवाददाताओं को कुछ मर्यादाओं का पालन करना चाहिये।

अन्य बातों के अलावा युद्ध-संवाददाताओं को निम्नलिखित बातों का भी ध्यान रखना चाहिये—

1. बताई गयी आवश्यक गोपनीयता बरतना। ऐसा न करने पर वह अप्रत्यक्ष रूप से ही सही राष्ट्र का काफी नुकसान कर बैठता है।
2. उसे सैनिकों के साथ सैन्य-शिष्टाचार का पालन करना चाहिये।
3. सेना के कार्यों, प्रक्रियाओं और रैंकों का उसे परिचय प्राप्त होना चाहिये।
4. अपने समाचार को अधिक बिकाऊ बनाने के लिए संवाददाता को बढ़ा-चढ़ाकर समाचार पेश नहीं करना चाहिये।

5. जनता का मनोबल बनाये रखने के लिए उसे उत्साहवर्द्धक समाचारों को वरीयता देनी चाहिये।

युद्ध संवादों में शौर्य, साहस तथा मनोबल बनाये रखने की कहानियों के अतिरिक्त मानवीय रुचियों पर आधारित छोटे-छोटे समाचार भी तैयार करते रहना चाहिये। यह भी ध्यान रखना चाहिये कि कोई संवेदनशील *'स्टोरी'* भेजने से पूर्व सेना के सूचनाधिकारी से उसकी जांच करवा ली जाये ताकि किसी प्रकार की कोई चूक की आशंका न रहे। युद्ध संवाददाता को अपने देश की सीमाओं और अंतरराष्ट्रीय संबंधों की भी पर्याप्त समझ होनी चाहिये। विश्व का सबसे महानतम युद्ध-संवाददाता, विंस्टन चर्चिल को माना जाता है। भारत में द्वितीय विश्वयुद्ध के समय डी.आर. मनकेकर और 1971 के बंग्लादेश के स्वतंत्रता संग्राम के दौरान डॉ. धर्मवीर भारती ने युद्ध-रिपोर्टिंग और युद्ध-लेखन के उत्कृष्ट कीर्तिमान स्थापित किये थे।

दुर्घटना-संवाद

आज का हमारा दैनिक जीवन काफी भागदौड़ वाला हो गया है जिस कारण विभिन्न प्रकार की दुर्घटनायें होने की आशंका बढ़ गयी है। जीवन-शैली में आधुनिकता के कारण भी दुर्घटनाओं की संख्या बढ़ गयी है। हम सब दुर्घटनाओं से बचने को काफी सावधानियां बरतते हैं लेकिन फिर भी दुर्घटनायें हो ही जाती हैं। इनका न तो समय निश्चित होता है और न ही स्थान। दुर्घटना यदि संवाददाता अपनी आंखों से देख पाता है तो उसके वर्णन में सत्य का पुट अधिक होता है, और उसकी *'स्टोरी'* अधिक जीवंत होती है। यदि संवाददाता कल्पनाशीलता का धनी है तो वह दुर्घटना का सही-सही अनुमान लगा सकता है। संवाददाता की संवेदनशीलता भी दुर्घटना-संदाद को जीवंत और रोचक बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। दुर्घटनायें निम्नलिखित प्रकार की हो सकती हैं—

1. सड़क दुर्घटना
2. रेल दुर्घटना
3. विमान दुर्घटना
4. वाहन संबंधी अन्य दुर्घटनायें
5. अग्निकांड
6. पुल आदि टूटना

किसी दुर्घटना से संबंधित रिपोर्टिंग करते समय दुर्घटना-संवाददाता को निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिये।

1. हताहतों की संख्या कितनी है? हताहतों में स्त्री-पुरुष और बच्चों की संख्या अलग-अलग देनी चाहिये।
2. दुर्घटना का समय, स्थान और कारण भी *स्टोरी* में अवश्य दिये जाने चाहियें।

3. दुर्घटना के बाद बचाव संबंधी विवरण भी अवश्य दिये जाने चाहियें। यह भी बताया जाना चाहिये कि घायलों को कौन-कौन से अस्पतालों में भर्ती किया गया है। घायलों के नाम-पतों को दिया जाना भी जनता के लिए काफी लाभदायक होता है।
4. मृतकों के नाम-पते या फिर उनके हुलिये का विवरण देने से उनके सगे-संबंधियों को आसानी रहती है।
5. यदि दुर्घटना में कुछ लोग बाल-बाल बचे हैं तो उनके साक्षात्कार या *'बाइट'* भी दी जा सकती हैं। इससे दुर्घटना के वास्तविक कारणों को जानने में सहायता मिलती है।
6. पुलिस तथा प्रशासन का इस बारे में क्या कहना है, यह अवश्य बताया जाना चाहिये।
7. दुर्घटना के लिए दोषी किसी व्यक्ति की यदि गिरफ्तारी हुयी है तो उसका भी उल्लेख अवश्य करना चाहिये।
8. दुर्घटना के बाद सरकार या अन्य स्वयंसेवी संगठनों द्वारा क्या राहत-उपाय किये जा रहे हैं, इसका उल्लेख अवश्य होना चाहिये। यदि राहत संबंधी कार्यों में कोई दिक्कत या लापरवाही है तो उसे भी *'स्टोरी'* में स्थान देना चाहिये।

दुर्घटना-संबंधी समाचारों का संकलन करते समय संवाददाता को मानवीय पक्ष पर ध्यान अवश्य देना चाहिये। यदि किसी दुर्घटना के समय कोई नवविवाहित जोड़ा या मासूम शिशु बच गया हो तो जनता उसके बारे में रोचकता से अधिकाधिक जानना चाहती है। अच्छे संवाददाता को पूरे तथ्यों से परिचित होने के बाद ही *'स्टोरी'* तैयार करनी चाहिये। यदि हवाई-दुर्घटना का संवाद देना है तो हवाई-अड्डा प्राधिकरण के अधिकारियों से और यदि किसी अग्निकांड का विवरण देना है तो अग्निशमन दल से पूर्ण विवरण प्राप्त करके ही समाचार प्रेषित करना चाहिये।

इस प्रकार की दुर्घटनाओं में चित्रों का अत्यंत महत्वपूर्ण स्थान होता है। कहा भी गया है कि एक चित्र, हजार शब्दों के बराबर ताकत रखता है। इसलिए दुर्घटना-संवाददाता को फोटोग्राफी में भी प्रवीण होना चाहिये। यदि ऐसा संभव न हो तो किसी कुशल प्रेस फोटोग्राफर को अपने साथ रखना चाहिये। आजकल समाचार-पत्रों में दुर्घटनाओं से संबंधित चित्र बहुतायत से प्रकाशित किये जाते हैं। टेलीविजन पर भी इस प्रकार के चित्र या *बाइट्स* काफी देर तक दिखाये जाते हैं। चित्रों के कारण जनता को वास्तव में हुये जान-माल के नुकसान की जानकारी मिल जाती है।। इसलिए जनता भी इस प्रकार के चित्रों को देखना पसंद करती है।

राजनीतिक व निर्वाचन-संवाद

किसी भी लोकतंत्र में निर्वाचन को 'उत्सव' के रूप में देखा जाता है और

फिर हमारे देश में अशिक्षा के बावजूद लोग राजनीतिक रूप से काफी जागरूक हैं इसलिए भारत जैसे लोकतांत्रिक देश में राजनीतिक व निर्वाचन संवाददाता का महत्व काफी बढ़ जाता है। राजनीति से संबंधित समाचारों की उपयोगिता और लोकप्रियता के ही कारण अधिकतर समाचार-पत्रों और समाचार चैनलों (टी.वी.) में अलग से 'राजनीतिक-संपादक' की नियुक्ति की जाती है।

राजनीतिक-संवाददाता को राजनीतिक शब्दावली और प्रक्रिया की पूरी जानकारी होनी चाहिये, तभी वह अधिक जीवंत और तथ्यात्मक रिपोर्टिंग कर सकता है। संवाददाता को अपने क्षेत्र-विशेष के राजनीतिक और जातिगत समीकरणों का भी पूरा ज्ञान होना चाहिये क्योंकि इनका चुनाव पर अत्यंत गहरा प्रभाव पड़ता है। किसी भी राजनीतिक-संवाददाता को निम्नलिखित राजनैतिक तथ्यों की जानकारी अवश्य होनी चाहिये :

राजनीतिक दल—अमेरिका और ब्रिटेन में द्विदलीय प्रणाली है अर्थात वहां केवल दो ही दल चुनाव में भाग लेते हैं। लेकिन भारत में ऐसा नहीं है। भारत में बहुदलीय निर्वाचन प्रणाली है, अर्थात यहां बहुत सारे दल किसी चुनाव में हिस्सा लेते हैं। संवाददाता को इन सभी दलों के बारे में थोड़ी-थोड़ी जानकारी अवश्य होनी चाहिये। भारत के कुछ प्रमुख राजनीतिक दल निम्नलिखित हैं—

1. अखिल भारतीय कांग्रेस पार्टी
2. भारतीय जनता पार्टी
3. भारतीय कम्युनिस्ट पार्टी
4. मार्क्सवादी कम्युनिस्ट पार्टी
5. बहुजन समाज पार्टी
6. समाजवादी जनता पार्टी
7. संयुक्त जनता दल
8. लोकतांत्रिक कांग्रेस
9. नेशनल कांफ्रेंस
10. राष्ट्रीय जनता दल
11. तृणमूल कांग्रेस
12. अखिल भारतीय अन्नाद्रमुक मुनेत्र कणगम
13. लोक मोर्चा
14. समाजवादी पार्टी
15. अकाली दल आदि

इनमें से कुछ दल राष्ट्रीय स्तर के हैं तो कुछ राज्य स्तर के। इन सभी दलों की अपनी-अपनी राजनैतिक प्रतिबद्धतायें हैं। उदाहरण के लिए, माकपा और भाकपा को जहां वामपंथी दल कहा जाता है, वहीं भारतीय जनता पार्टी को दक्षिणपंथी कहा जाता है। इसके विपरीत अखिल भारतीय कांग्रेस को मध्यमार्गी दल कहा जाता है।

समाजवादी पार्टी, समाजवादी जनता पार्टी और लोकमोर्चा अपने को समाजवादी विचारधारा का बताते हैं तो जनता दल और लोकदल, किसानों की राजनीति करते हैं। बहुजन समाजवादी पार्टी जहां दलितों की हमदर्द होने का दावा करती है वहीं समाजवादी पार्टी अपने को मुसलमानों का हितैषी कहती है। इसी प्रकार राष्ट्रीय जनता दल और संयुक्त जनता दल अपने आप को पिछड़े वर्ग की राजनीति का पोषक मानते हैं।

भारतीय दलीय व्यवस्था की विशेषतायें—भारत में दलीय व्यवस्था की निम्नलिखित विशेषतायें हैं—

1. बहुदलीय राजनीतिक दल प्रणाली
2. किसी दल-विशेष का प्रभुत्व
3. दल में भी व्यक्तित्व (व्यक्ति विशेष) की प्रधानता
4. साम्प्रदायिक दलों का अस्तित्व
5. क्षेत्रीय दलों का अभ्युदय
6. विभाजन एवं गुटबंदी
7. विपक्षी दलों की एकता एवं परस्पर विरोध

राजनैतिक दलों को मान्यता—राजनीतिक दलों को मान्यता प्रदान करना, उनकी मान्यता रद्द करना, उन्हें चुनाव चिह्न आबंटित करना आदि कार्य भारत का चुनाव आयोग करता है। भारत में राजनीतिक दलों को दो प्रकार की मान्यतायें दी जाती हैं—राष्ट्रीय और राज्य-स्तरीय दल के रूप में मान्यता।

यदि कोई दल राजनीतिक गतिविधियों में लगातार पांच वर्षों से सक्रिय है और किसी एक चुनाव में लोकसभा के 25 सदस्यों में से एक अथवा विधानसभा के 30 सदस्यों में से एक सदस्य उसका चुना गया हो तो उक्त दल को राज्य स्तर पर मान्यता दे दी जाती है। यदि किसी दल को कम-से-कम चार राज्यों में मान्यता प्राप्त हो या फिर किसी दल को किसी आम चुनाव में कुल पड़े वैध मतों में से कम से कम चार प्रतिशत मत मिले हों तो उस दल को राष्ट्रीय दल की मान्यता दे दी जाती है।

दबाव समूह—दबाव समूह का तात्पर्य ऐसे लोगों के समूह से है जो अपने व्यक्तिगत स्वार्थों की खातिर सरकार पर दबाव बनाने का प्रयास करते हैं। ये समूह स्वयं तो सत्ता में नहीं आते लेकिन सत्ता से बाहर रहकर भी सरकार की नीतियों को प्रभावित करने का प्रयास करते हैं। भारत में निम्नलिखित दबाव समूह कार्यरत हैं—

1. व्यावसायिक समूह
2. जाति एवं धर्म-समूह
3. श्रमिक-संगठन
4. कृषि एवं किसान संगठन

5. बुद्धिजीवियों के संगठन
6. छात्र-संगठन

भारत का निर्वाचन आयोग—भारत में संसद, राष्ट्रपति, उपराष्ट्रपति, राज्यविधान मंडल के चुनावों को नियंत्रित और संचालित करने के लिए संविधान ने एक चुनाव आयोग की स्थापना का प्रावधान किया है। इसमें एक मुख्य चुनाव आयुक्त और दो चुनाव आयुक्त होते हैं जो बहुमत के आधार पर फैसला करते हैं। भारत में निर्वाचन आयोग के निम्नलिखित कार्य हैं :

1. चुनाव क्षेत्रों का परिसीमन करना।
2. मतदाता सूची तैयार करना।
3. राजनीतिक दलों का मान्यता प्रदान करना या उनकी मान्यतायें रद्द करना।
4. चुनाव की व्यवस्था करना।
5. उपचुनाव करवाना।
6. राजनीतिक दलों के लिए आचार-संहिता तैयार करना।
7. विभिन्न दलों को चुनाव के समय आकाशवाणी और दूरदर्शन पर चुनाव-प्रचार की सुविधा देना।
8. चुनाव-खर्च को निर्धारित व नियमित करना।

भारत में राजनीतिक-रिपोर्टिंग करना बेहद प्रतिष्ठा का कार्य माना जाता है। किसी भी संवाददाता को कुशल राजनीतिक-संवाददाता बनने के लिए निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिये—

1. संवाददाता को क्षेत्र के राजनीतिक, जातिगत, आर्थिक और सामाजिक समीकरणों का ज्ञान होना चाहिये।
2. उसकी सत्तारूढ़ और विपक्षी दलों, सभी में अच्छी पैठ होनी चाहिये। सभी दलों के नेताओं से उसकी घनिष्ठता होनी चाहिये।
3. उसे चुनाव-प्रक्रिया और निर्वाचन-पद्धति का सम्यक् ज्ञान होना चाहिये।
4. उसे विभिन्न जनसमस्याओं और जन-रुचि के मुद्दों की अच्छी जानकारी होनी चाहिये ताकि वह जनसमस्याओं को राजनीतिक दलों के सम्मुख उठा सके।
5. संवाददाता को किसी दल विशेष का न तो समर्थन करना चाहिये और न ही विरोध। इसके स्थान पर उसे जनता के सामने निष्पक्ष रूप से विवरण और तथ्य प्रस्तुत करने चाहियें।
6. राजनीतिक दलों द्वारा संवाददाता को विभिन्न प्रकार के प्रलोभन और लालच दिये जाते हैं लेकिन अपने पेशे के प्रति ईमानदारी बरतते हुये संवाददाता को हर प्रकार के प्रलोभनों से बचना चाहिये।

अर्थ एवं वाणिज्य संवाद

पूंजीवादी राष्ट्र हो या समाजवादी देश, विकसित देश हो या विकासशील देश, आर्थिक गतिविधियां व्यक्ति और समाज के जीवन में अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका अदा करती हैं। इतना महत्वपूर्ण क्षेत्र होने के बावजूद एक अलग विज्ञान के रूप में अर्थशास्त्र को अपनी पहचान बनाने में सदियां लग गयीं। इसी तरह पत्रकारिता के विकास के बहुत बाद वाले चरण में आर्थिक पत्रकारिता को महत्व मिला। पहले बात कुछ अलग थी लेकिन अब हिंदी पत्र-पत्रिकाओं में भी आर्थिक गतिविधियों तथा घटनाओं को अपेक्षाकृत अधिक महत्व मिलने लगा है। लेकिन इसका कारण यह नहीं है कि हिंदी पत्रकारिता के नियंता अब आर्थिक खबरों, विश्लेषणों और टिप्पणियों को महत्व देने लगे हैं, बल्कि इसका प्रमुख कारण यह है कि अंग्रेजी अखबारों में आर्थिक रिपोर्टिंग काफी बढ़ गयी है और अंग्रेजी अखबारों के प्रभाव के चलते हिंदी अखबार भी आर्थिक खबरों को काफी महत्व देने लगे हैं।

कारण चाहे कुछ भी हों लेकिन यह सत्य है कि अब हिंदी समाचार माध्यम भी आर्थिक खबरों को काफी महत्व देने लगे हैं। नई आर्थिक नीतियों और भारतीय बाजार के विशालतम बाजार में बदल जाने का एक मिला-जुला असर यह हुआ है कि अब राजनीति मात्र नारेबाजी का अखाड़ा ही नहीं रह गयी है अपितु आर्थिक घटनाओं तथा गतिविधियों से भी राजनीति की दिशा निर्धारित होने लगी है। जाहिर है पत्रकारिता का भी अब एक नया दौर शुरू हो रहा है और वह दौर है—आर्थिक पत्रकारिता का।

अब आर्थिक रिपोर्टिंग, मात्र मंडी के भावों, शेयरों की कीमतों तथा सर्राफा बाजार के स्तंभों तक ही सीमित नहीं रह गयी है। पहले बजट आदि पेश होने तथा कुछ अन्य सरकारी आर्थिक नीतियों की घोषणा के समय ही अखबार के पहले पन्नों पर आर्थिक रपटें दिखायी देती थीं लेकिन अब समय बदल चुका है। आज लगभग प्रतिदिन अखबार के मुखपृष्ठ पर आर्थिक खबरें, राजनीतिक समाचारों से टक्कर लेती हैं। आज सभी पत्र-पत्रिकाओं में दो-चार या अधिक पृष्ठ, आर्थिक खबरों के लिए आरक्षित हैं। केवल आर्थिक विषयों पर ही आधारित कई पत्र-पत्रिकायें निकल रही हैं और टी.वी. चैनलों पर कार्यक्रम प्रसारित हो रहे हैं।

किसी भी आर्थिक-संवाददाता को आर्थिक विषयों और आर्थिक शब्दावली की पूर्ण जानकारी होनी चाहिये। अभी भी पत्रकारिता, विशेषकर हिंदी पत्रकारिता में ऐसे लोगों की कमी है जिन्हें आर्थिक मामलों की अच्छी समझ है। यह सच है कि संवाददाता एक माध्यम होता है, लेकिन वह डाकिये जैसा माध्यम नहीं होता जो बंद लिफाफों को बिना पढ़े एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचाता है। सच तो यह है कि वह एक ऐसा माध्यम होता है जो संदेश को पहले स्वयं पढ़ता है, फिर उसे

समझता है और उसके बाद उसे सरल शब्दों में समझाकर अपने पाठकों/श्रोताओं के सामने प्रस्तुत कर देता है। समस्या यह है कि अधिकतर हिंदी पत्रकार आज भी 'आर्थिक निरक्षरता' की समस्या झेल रहे हैं। इसलिए आवश्यक है कि इस क्षेत्र में कार्य कर रहे संवाददाता अपने आर्थिक-ज्ञान को बढ़ाने का प्रयास करें ताकि आर्थिक विषयों से संबंधित *प्रेस-कांफ्रेंसों* और प्रेस-विज्ञप्तियों को वह आसानी से समझ सकें।

आधारभूत ढांचा—भारत में आधारभूत ढांचे के महत्वपूर्ण घटक निम्नलिखित हैं—

→ ऊर्जा (कोयला, बिजली, पेट्रोलियम आदि)

→ परिवहन

→ दूरसंचार

भारतीय अर्थव्यवस्था के आधारभूत लक्षण :

1. निम्न प्रतिव्यक्ति-आय।
2. धन एवं आय के वितरण में असमानता।
3. कृषि की प्रधानता और कृषि पर जनसंख्या का अधिक दबाव।
4. जनाधिक्य की स्थिति।
5. असंतुलित आर्थिक विकास।
6. अत्याधिक निर्धनता।
7. पूंजी का अभाव।
8. उद्योगिकीकरण का अभाव।
9. आर्थिक कुचक्रों का जोर।
10. बाजार की अपूर्णताएं।
11. यातायात एवं संचार के साधनों की कमी।
12. परम्परावादी समाज।

राष्ट्रीय आय की अवधारणाएं—राष्ट्रीय आय की माप करने के लिए प्रायः अनेक धारणाओं का प्रयोग किया जाता है। हमारे यहां राष्ट्रीय आय की कुछ महत्वपूर्ण अवधारणाएं निम्नलिखित हैं :

1. सकल राष्ट्रीय उत्पाद *(जी. एन. पी.)*
2. शुद्ध राष्ट्रीय उत्पाद *(एन. एन. पी.)*
3. राष्ट्रीय आय।
4. वैयक्तिक आय।
5. व्यय योग्य वैयक्तिक आय।

प्रमुख आर्थिक संस्थाएं—आजकल भारत में कई आर्थिक संस्थायें कार्य कर रही हैं जिनका उल्लेख अधिकतर समाचारों में मिलता है। एक कुशल आर्थिक संवाददाता

बनने के लिए आवश्यक है कि संवाददाता को इन आर्थिक संस्थाओं के संगठन, कार्य और कार्य-प्रणाली की पूरी जानकारी हो। कुछ प्रमुख आर्थिक संस्थायें निम्नलिखित हैं–

भारतीय प्रतिभूति एवं विनिमय बोर्ड *(सेबी)*–इसकी स्थापना 12 अप्रैल 1988 को एक गैर-सांविधानिक संस्था के रूप में की गयी और 30 जनवरी 1992 को एक अध्यादेश द्वारा इसे वैधानिक दर्जा दे दिया गया। इसका मुख्य कार्य पूंजी बाजार में निवेशकों का विश्वास बनाये रखना और उनका संरक्षण करना है। इसका प्रबंध और संचालन एक अध्यक्ष सहित छह सदस्यों द्वारा किया जाता है।

भारतीय औद्योगिक विकास बैंक *(आई.डी.बी.आई.)*–देश में औद्योगिक विकास की वित्तीय आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए केन्द्र सरकार ने जुलाई, 1964 में इस बैंक की स्थापना की। 1976 तक यह भारतीय रिजर्व बैंक का अनुषंगी बैंक था लेकिन 1976 में इसे रिजर्व बैंक से अलग कर इसका स्वामित्व भारत सरकार ने अपने हाथों में ले लिया।

भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक *(सिडबी)*–इसकी स्थापना 1990 में की गयी और इसका मुख्यालय लखनऊ में है। *सिडबी,* भारतीय औद्योगिक विकास बैंक के पूर्ण स्वामित्व में एक सहायक संस्था के रूप में स्थापित किया गया है। यह बैंक, लघु उद्योगों की स्थापना, वित्त-पोषण, विकास तथा ऐसे कार्यों में संलग्न अन्य संस्थाओं के कार्यों में समन्वय का महत्वपूर्ण कार्य करता है।

भारतीय यूनिट ट्रस्ट–भारतीय यूनिट ट्रस्ट सार्वजनिक क्षेत्र की एक सांविधिक विनियोजक संस्था है जिसकी स्थापना 1964 में की गयी। ट्रस्ट का मुख्यालय मुंबई में है और इसके क्षेत्रीय कार्यालय मुम्बई, कोलकाता, चेन्नई और नई दिल्ली में हैं। देश के विभिन्न भागों में इसके 41 शाखा कार्यालय भी हैं।

भारतीय निर्यात-आयात बैंक–इसका उद्देश्य निर्यातकों और आयातकों को वित्तीय सहायता उपलब्ध करवाना है तथा इसकी स्थापना 1982 में की गयी। ऐसी सभी वित्तीय संस्थाओं के बीच समन्वय का कार्य भी इसे सौंपा गया है जो वस्तुओं एवं सेवाओं के निर्यात एवं आयात के लिए वित्त जुटाती हैं। यह बैंक न केवल भारत में अपितु तृतीय विश्व के कुछ अन्य देशों में भी कार्य करता है।

राष्ट्रीय आवास बैंक–राष्ट्रीय आवास बैंक की स्थापना, भारतीय रिजर्व बैंक की सहायक संस्था के रूप में 1988 में की गयी। यह बैंक देश में आवास संबंधी वित्त- व्यवस्था के लिए शीर्षस्थ बैंक है। यह बैंक, भूमि एवं भवन निर्माण सामग्री एवं संघटकों जैसे वास्तविक संसाधनों की आपूर्ति के संवर्द्धन के लिए भी प्रयासरत रहता है।

राष्ट्रीय कृषि तथा ग्रामीण बैंक *(नाबार्ड)*–यह देश में कृषि एवं ग्रामीण विकास हेतु धन उपलब्ध कराने वाली शीर्ष संस्था है। इसकी (नाबार्ड) स्थापना 12 जुलाई 1982 को की गयी।

शेयर बाजार—भारत में स्टॉक एक्सचेंज अथवा शेयर बाजार, निगमित क्षेत्र के लिए पूंजी तथा संसाधन जुटाने में अहम भूमिका निभाते हैं। ये प्रतिभूतियों और शेयरों के लेन-देन के लिए संगठित बाजार बनाते हैं। भारत में फिलहाल स्टॉक एक्सचेंजों में सूचीबद्ध कंपनियों की संख्या 9890 (31 मार्च 1997 को) है। इस दृष्टि से भारत का विश्व में पहला स्थान है। दूसरा स्थान अमेरिका का है। भारत में मान्यताप्राप्त कुल 23 स्टॉक एक्सचेंज हैं जिनमें प्रमुख निम्नलिखित हैं—

1. उत्तरप्रदेश स्टॉक एक्सचेंज, कानपुर
2. बड़ोदरा स्टॉक एक्सचेंज, बड़ोदरा
3. कोयम्बटूर स्टॉक एक्सचेंज, कोयम्बटूर
4. मेरठ स्टॉक एक्सचेंज, मेरठ
5. मुम्बई स्टॉक एक्सचेंज, मुम्बई
6. ओवर दि काउंटर एक्सचेंज ऑफ इंडिया, मुम्बई
7. राष्ट्रीय स्टॉक एक्सचेंज, मुम्बई
8. कनारा स्टॉक एक्सचेंज, मंगलौर
9. मध्यप्रदेश स्टॉक एक्सचेंज, इन्दौर
10. मगध स्टॉक एक्सचेंज, पटना,
11. सौराष्ट्र स्टॉक एक्सचेंज, राजकोट।

प्राकृतिक आपदा संवाद

केन्द्र और राज्य सरकारों द्वारा नदियों पर लगातार बांधों के निर्माण के बावजूद प्रत्येक वर्ष देश के किसी-न-किसी भाग में बाढ़ आती ही रहती है। इसी प्रकार भूकम्प की खबरें भी यदा-कदा अखबारों के मुखपृष्ठ पर सुर्खियों का रूप लेती रहती हैं। इसके अलावा मानसून की बेरूखी के कारण कहीं-कहीं सूखे का भी सामना करना पड़ता है। ये सभी दुर्घटनायें प्राकृतिक आपदायें कहलाती हैं क्योंकि इन पर इंसान का कोई बस नहीं चलता और ये पूरी तरह से प्रकृति की मर्जी पर निर्भर करती हैं। इन प्राकृतिक घटनाओं की एक विशेषता यह है कि इनका न तो कोई समय निश्चित होता है और न ही स्थान। प्राकृतिक आपदा संवाद निम्नलिखित प्रकार के हो सकते हैं :

1. बाढ़-संवाद
2. भूकम्प-संवाद
3. सूखा-संवाद
4. तूफान-संवाद

भारत में बाढ़ के कारण प्रतिवर्ष जान और माल का भारी नुकसान होता है, विशेषकर उत्तर और दक्षिण भारत तो बाढ़ का प्रकोप प्रतिवर्ष झेलते हैं। इसलिए

संवाददाता को बाढ़-कवरेज की थोड़ी-बहुत जानकारी अवश्य होनी चाहिये। उसे बाढ़ के लक्षण और बाढ़ आने के पूर्व-लक्षणों का भी ज्ञान अवश्य होना चाहिये। जब किसी बड़ी नदी, जैसे गंगा या यमुना, का जल-स्तर बढ़ने लगता है तो स्थानीय प्रशासन इस बात से राज्य सरकार को अवगत करा देते हैं। चूंकि बाढ़-नियंत्रण राज्य की विषय-सूची में आता है इसलिये बाढ़-नियंत्रण और बाढ़ आने पर बचाव-कार्यों की जिम्मेदारी पूर्णतया राज्य सरकार की होती है। जिन राज्यों में अक्सर बाढ़ आती रहती है, जैसे—उत्तर प्रदेश और बिहार, उनमें अलग से एक बाढ़-नियंत्रण मंत्रालय होता है। जब किसी नदी का जल-स्तर बढ़ने लगता है तो उसके किनारे स्थित नगर और कस्बों के निवासी जल-स्तर के बारे में अद्यतन जानकारी की तलाश में रहते हैं। यह महत्वपूर्ण जानकारी उन्हें समाचार-माध्यमों से ही मिलती है। प्रत्येक नदी का एक सामान्य जल-स्तर निश्चित होता है, जहां तक के जल-स्तर को खतरनाक नहीं माना जाता है। सामान्य जल-स्तर के इस निशान को खतरे का निशान कहा जाता है। जल-स्तर इससे ऊपर बढ़ने पर बाढ़ का खतरा मान लिया जाता है। गंगा जैसी बड़ी नदियों में खतरे का निशान, सामान्य से 40 फुट ऊपर तक होता है तो छोटी नदियों में यह निशान 25 फुट तक माना जाता है। यदि किसी नदी का जल-स्तर सामान्य से दस फुट ऊपर चला जाये तो संवाददाता को इसे एक 'समाचार' मान लेना चाहिये। यदि नदी का जल-स्तर खतरे के निशान को पार कर जाये तो संवाददाता को नाव की सहायता से जलमग्न इलाके का दौरा करना चाहिये ताकि उसे वस्तुस्थिति का पता लग सके और वह वास्तविकता से परिपूर्ण *स्टोरी* लिख सके।

जल-स्तर बढ़ने पर स्थानीय प्रशासन द्वारा भी संवाददाताओं को बाढ़-आशंकित क्षेत्र का दौरा कराया जाता है। यदि अचानक बाढ़ आ जाये तो संवाददाता को जिलाधिकारी या उपजिलाधिकारी कार्यालय से लगातार संपर्क बनाये रखना चाहिये। आजकल भारत में भी गैर-सरकारी संगठनों का विचार जोर पकड़ने लगा है। किसी प्रकार की प्राकृतिक आपदा आने पर स्थानीय प्रशासन, राज्य सरकार और राजनीतिक दलों के अलावा ये गैर-सरकारी संगठन भी बचाव को दौड़ पड़ते हैं। बचाव कार्यों पर पैनी नजर रखना संवाददाता का ही कार्य है। अपने समाचार माध्यम के द्वारा उसे जनता को बताना चाहिये कि किस इलाके में राहत-कार्यों की अधिक आवश्यकता है। सन् 2001 के प्रारम्भ में गुजरात में आये महाविनाशकारी भूकंप के बाद मीडिया ने अपनी शानदार भूमिका निभाई थी। मीडिया द्वारा अत्याधिक प्रचार-प्रसार किये जाने के कारण ही दुनिया भर से संस्थायें अहमदाबाद और भुज की ओर सहायता के लिये दौड़ पड़ी थीं।

मकानों-दुकानों के अतिरिक्त वनों में भी प्रतिवर्ष अग्निकांड होते रहते हैं। अग्निकांड को कवर करना किसी भी संवाददाता के लिए काफी आसान होता है क्योंकि प्रत्येक शहर और जिले में अग्निशमन केन्द्र होते हैं। संवाददाता को इन

अग्निशमन केन्द्रों से सभी प्रकार की आवश्यक जानकारी तुरंत मिल जाती है। यदि संवाददाता की स्थानीय अग्निशमन केन्द्र में अच्छी जान-पहचान है तो अग्निकांड की सूचना संवाददाता को तुरंत मिल जाती है और वो घटनास्थल पर पहुंचकर अग्निकांड के सजीव चित्र ले सकता है और जीवंत *'स्टोरी'* तैयार कर सकता है। लेकिन अग्निकांड स्थल पर समाचार-संकलन करते समय संवाददाता को ध्यान रखना चाहिये कि उसके क्रियाकलापों से अग्निशमन दल या पुलिस को बचाव कार्य करने में दिक्कत न हो।

किसी प्राकृतिक-आपदा की रिपोर्टिंग कर *'स्टोरी'* तैयार करते समय संवाददाता को निम्नलिखित बिन्दुओं का समावेश अपनी *'स्टोरी'* में अवश्य करना चाहिये :

1. मानवीय नुकसान

(क) मृतकों की संख्या?
(ख) घायलों की संख्या?
(ग) बाल-बाल बचे लोगों की संख्या?
(घ) घायलों को हुये नुकसान की प्रकृति?

2. संपत्ति का नुकसान

(क) क्षतिग्रस्त संपत्ति का रुपयों में अनुमानित मूल्य? यहां किसी प्रमाणिक स्रोत का हवाला जरूर दें।
(ख) संपत्ति के बीमे की स्थिति। क्या क्षतिग्रस्त संपत्ति बीमाशुदा थी?
(ग) क्षतिग्रस्त संपत्ति का महत्व। क्या इस संपत्ति का कोई एतिहासिक या पुरातात्विक महत्व भी था?

3. दुर्घटना का कारण

(क) प्रत्यक्षदर्शियों और सरकारी सूत्रों के बयान।
(ख) दुर्घटना का पता कैसे लगा? किसने इसका पता लगाया?

4. बचाव कार्य

(क) बचाव कार्य में संलग्न व्यक्तियों की संख्या।
(ख) पीड़ितों के उपचार की स्थिति।
(ग) किसी व्यक्ति विशेष की बहादुरी की गाथा।

5. पूर्ण विवरण

(क) आग फैलने की गति, लपटों की ऊंचाई और बाढ़ का दृश्य।
(ख) अवधि

(ग) मकानों का ढहना, दीवारों का गिरना।

प्राकृतिक-आपदा को *कवर* करते समय संवाददाता को काफी होशियारी से काम लेना चाहिये। उसे ऐसे अतिरंजित समाचार नहीं भेजने चाहिये जिनसे जनता में अनावश्यक दहशत फैले। उसका मुख्य ध्यान राहत और बचाव कार्यों पर होना चाहिये। यदि कोई संस्था, राहत और बचाव कार्यों में बढ़-चढ़ कर हिस्सा ले रही है तो उसे पर्याप्त *कवरेज* देनी चाहियें ताकि दूसरे लोग और संस्थायें भी प्रोत्साहित हों।

विविध संवाद

किसी विशेष संवाददाता में संवाददाता के आधारभूत गुणों के साथ-साथ विषय-विशेष की भी पर्याप्त समझ होनी चाहिये। किसी विज्ञान्-सम्मेलन की रिपोर्टिंग ऐसा व्यक्ति कैसे कर सकता है जिसे विज्ञान के आधारभूत सिद्धांतों की जानकारी भी नहीं है और जो विज्ञान-शब्दावली से सर्वथा अनजान है। इसी प्रकार शास्त्रीय संगीत-सम्मेलन का संवाद-लेखन वह व्यक्ति कैसे कर सकता है जिसे राग मालकौंस और यमन का अंतर भी पता नहीं है या जिसने कुमार गंधर्व, पलुस्कर या गंगूबाई हंगल का नाम भी कभी नहीं सुना है।

विशेषीकृत संवाददाता सीधे कॉलेजों या विश्वविद्यालयों से आये हुये व्यक्ति नहीं होते हैं, उन्हें समाचार-पत्र के कार्यालयों और व्यावसायिक संगठनों में आधारभूत प्रशिक्षण प्राप्त करना होता है। वर्तमान समय में प्रतिदिन पत्रकारिता का विशेषीकरण होता जा रहा है। इसलिये यह कहना अतिश्योक्ति नहीं होगा कि भविष्य पूर्ण-रूप से विशेषज्ञ पत्रकारों का ही है। इसलिये किसी भी युवा संवाददाता या पत्रकार को किसी विषय-विशेष या क्षेत्र-विशेष में ही दक्षता प्राप्त करने का प्रयास करना चाहिये।

इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों में संवाददाता

सम्पूर्ण विश्व में जनसंचार क्रांति के फलस्वरूप रेडियो और टेलीविजन, जनसंचार के नये माध्यमों के रूप में उभरे हैं। रेडियो और टेलीविजन का अस्तित्व पहले भी रहा है लेकिन अब ये जनमानस के बीच अपेक्षाकृत अधिक लोकप्रिय समाचार-माध्यम हैं। इनकी लोकप्रियता का एक प्रमुख कारण है इनकी तेजी। अखबारों से आम जनता को कोई समाचार अगली सुबह या शाम को ही मिल पाता है लेकिन रेडियो और टेलीविजन से उन्हें समाचार एकदम से मिल जाते हैं। कोई घटना घटी नहीं कि इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों पर उसका प्रसारण हो जाता है। रेडियो और टेलीविजन के अतिरिक्त आजकल *'इंटरनेट'* और *'डॉट कॉम कंपनियां'* भी प्रमुख समाचार-माध्यम बन कर उभरी हैं।

रेडियो, टेलीविजन और इंटरनेट अपेक्षाकृत नये क्षेत्र हैं। इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों अर्थात रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि में पत्रकारिता और रिपोर्टिंग का विशेष

स्थान है। पहले किसी समाचार-पत्र या न्यूज एजेंसी के लिए समाचार-संकलन का कार्य करने वाले लोग ही इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के लिए भी रिपोर्टिंग कर दिया करते थे। लेकिन अब समय बदल चुका है। अब इलैक्ट्रॉनिक और मुद्रित माध्यमों के लिए संवाददाताओं की अलग-अलग श्रेणियां बन गयी हैं। यदि कोई व्यक्ति किसी पत्र-पत्रिका का कुशल संवाददाता है तो जरूरी नहीं कि वह इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों में भी उतना ही सफल हो जाये। इलैक्ट्रॉनिक माध्यम का सफल संवाददाता बनने के लिए किसी भी मुद्रित माध्यम के संवाददाता को विशेष अध्यवसाय करना होता है, अलग से प्रयास करने होते हैं।

संवाददाता चाहे इलैक्ट्रॉनिक माध्यम के लिए कार्य करे या मुद्रित माध्यम के लिए, उसमें कुछ आधारभूत गुणों और योग्यताओं का होना तो आवश्यक है। इन योग्यताओं की चर्चा हम प्रारंभ में ही कर चुके हैं। इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के संवाददाता भी प्रत्येक घटना और परिस्थिति में 'समाचार' की तलाश करते हैं। दूसरे शब्दों में वे घटना के समाचार-मूल्य *(न्यूज वैल्यु)* का आकलन करते हैं और फिर *'स्टोरी'* तैयार कर अपने श्रोता या दर्शक के सम्मुख प्रस्तुत करते हैं। हम चाहे पत्र-पत्रिकाओं के पन्ने देख लें या रेडियो-टेलीविजन के समाचार सुन लें, मोटे तौर पर सभी में समाचारों के चयन का मापदण्ड लगभग समान ही होता है। हां, इलैक्ट्रॉनिक और मुद्रित माध्यमों में समाचार के प्रस्तुतिकरण का तरीका अवश्य भिन्न होता है।

रेडियो समाचार

किसी पत्र-पत्रिका में प्रकाशनार्थ तैयार की गयी स्टोरी और रेडियो पर प्रसारण हेतु तैयार की गयी *'स्क्रिप्ट'* में लिखने का ढंग बिल्कुल अलग होता है। रेडियो की *स्क्रिप्ट* में वाक्य और वाक्यांश बहुत छोटे-छोटे और सरल रखे जाते हैं ताकि वे श्रोता को आसानी से समझ में आ जायें। इसका एक कारण यह भी है कि मुद्रित-माध्यम केवल शिक्षित लोगों के लिए ही होते हैं जबकि रेडियो के समाचार अर्द्धशिक्षित और अनपढ़ लोग भी सुनते हैं। इसका दूसरा कारण यह है कि पत्र-पत्रिका में किसी कठिन वाक्यांश या शब्द को पाठक दुबारा पढ़कर उसका अर्थ समझ सकते है और इसके लिए शब्दकोश की सहायता भी ले सकते हैं लेकिन रेडियो में ऐसा नहीं हो सकता क्योंकि एक बार समाचार-वाचक ने जो कुछ पढ़ा, श्रोता उसे दुबारा नहीं सुन सकते। इसीलिए *रेडियो स्क्रिप्ट* में वाक्यांश छोटे-छोटे और शब्द सरल, सुगम और श्रुति-मधुर रखे जाते हैं। नीचे एक ही समाचार की *रेडियो-स्क्रिप्ट* और समाचार-पत्रीय स्टोरी का नमूना दिया गया है जिससे *रेडियो-स्क्रिप्ट* की विशेषतायें समझी जा सकें—

रेडियो स्क्रिप्ट का नमूना

"...कश्मीर में अलगाववादी नेता शब्बीर शाह सरकारी दूत के.सी. पंत से बातचीत को तैयार हो गये हैं। इससे कश्मीर मामले पर सरकार की नीति सफल

होती दिखायी दे रही है। लेकिन शब्बीर शाह ने बातचीत में पाकिस्तान को शामिल करने पर जोर दिया है। दूसरी ओर, विदेशों में सक्रिय कई कश्मीरी गुटों ने भी बातचीत शुरू होने का स्वागत किया है। उन्होंने कहा है कि हुर्रियत कांफ्रेंस जैसे दलों को भी बातचीत के लिए आगे आना चाहिये।

समाचार-पत्रीय स्टोरी का नमूना

नई दिल्ली, 26 अप्रैल (भाषा) जम्मू-कश्मीर डेमोक्रेटिक फ्रीडम पार्टी (जे के डी एफ पी) के अध्यक्ष और प्रमुख अलगाववादी नेता श्री शब्बीर शाह द्वारा केन्द्र सरकार के अधिकृत वार्ताकार के.सी. पंत से बातचीत के लिए तैयार हो जाने से कश्मीर मसले पर केन्द्र सरकार का फार्मूला सफल होता दिख रहा है लेकिन शब्बीर शाह ने इस बात पर भी अपना पूर्ण जोर दिया है कि बातचीत के आयाम को विस्तृत रूप देने के लिए पाकिस्तान को भी उसमें शामिल करना चाहिये। इस बीच विदेशों में सक्रिय विभिन्न कश्मीरी संगठनों ने वार्ता प्रारंभ करने की सरकार की पहल का हार्दिक स्वागत करते हुये कहा है कि हुर्रियत कांफ्रेंस सहित अन्य गुटों को भी वार्ता के लिए पहल करनी चाहिये।

अब यदि इन दोनों समाचारों की तुलना करें तो समाचार-पत्रीय और रेडियो समाचार में अंतर स्पष्ट हो जायेगा। समाचार-पत्रीय 'स्टोरी' में दिनांक रेखा (date line) दी जाती है जबकि रेडियो में ऐसा नहीं होता और बुलेटिन शुरू होते ही समाचार-वाचक बता देता है कि ये समाचार कहां से प्रसारित किये जा रहे हैं। समाचार-पत्रीय *'लीड़'* अपेक्षाकृत लंबी होती है और उसे भूतकाल के संदर्भ में लिखा जाता है जबकि रेडियो समाचार में 'तात्कालिकता' का सदैव ध्यान रखा जाता है।...*"यह बात हुयी थी"* अथवा *"उसने कहा था/ किया था"* जैसे भूतकालिक वाक्यांश रेडियो समाचार में लिखने से बचना चाहिये ताकि रेडियो के श्रोताओं को लगे कि उन्हें आज के और अभी के, बिल्कुल ताजा समाचार मिल रहे हैं।

उपरोक्त नमूने में, *'अधिकृत वार्ताकार', 'फार्मूला', 'आयाम', 'विस्तृत', 'हार्दिक'* आदि शब्दों का रेडियो समाचार में प्रयोग नहीं किया गया है। ये शब्द कुछ कठिन और तकनीकी प्रकार के हैं इसलिए इनके स्थान पर बेहद सरल शब्दों का प्रयोग किया गया है। इसके अलावा समाचार-पत्रीय समाचार की अपेक्षा रेडियो समाचार काफी संक्षिप्त और कसे हुये होते हैं क्योंकि किसी समाचार को आधे या एक मिनट में ही रेडियो बुलेटिन में समायोजित करना होता है। 10 या 15 मिनट के बुलेटिन में दिये जाने वाले समाचारों का चयन इस तरह किया जाता है कि अंतरराष्ट्रीय और अंतरदेशीय, प्रादेशिक अथवा स्थानीय समाचारों के साथ-साथ मौसम, खेलकूद और कला-साहित्य के समाचार भी श्रोताओं को सुना दिये जायें। सहज ही अनुमान लगाया जा सकता है कि रेडियो समाचारों को तैयार करते हुये समाचार-सम्पादक पर अधिक से अधिक समाचारों को

स्थान है। पहले किसी समाचार-पत्र या न्यूज एजेंसी के लिए समाचार-संकलन का कार्य करने वाले लोग ही इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के लिए भी रिपोर्टिंग कर दिया करते थे। लेकिन अब समय बदल चुका है। अब इलैक्ट्रॉनिक और मुद्रित माध्यमों के लिए संवाददाताओं की अलग-अलग श्रेणियां बन गयी हैं। यदि कोई व्यक्ति किसी पत्र-पत्रिका का कुशल संवाददाता है तो जरूरी नहीं कि वह इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों में भी उतना ही सफल हो जाये। इलैक्ट्रॉनिक माध्यम का सफल संवाददाता बनने के लिए किसी भी मुद्रित माध्यम के संवाददाता को विशेष अध्यवसाय करना होता है, अलग से प्रयास करने होते हैं।

संवाददाता चाहे इलैक्ट्रॉनिक माध्यम के लिए कार्य करे या मुद्रित माध्यम के लिए, उसमें कुछ आधारभूत गुणों और योग्यताओं का होना तो आवश्यक है। इन योग्यताओं की चर्चा हम प्रारंभ में ही कर चुके हैं। इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के संवाददाता भी प्रत्येक घटना और परिस्थिति में 'समाचार' की तलाश करते हैं। दूसरे शब्दों में वे घटना के समाचार-मूल्य *(न्यूज वैल्यु)* का आकलन करते हैं और फिर *'स्टोरी'* तैयार कर अपने श्रोता या दर्शक के सम्मुख प्रस्तुत करते हैं। हम चाहे पत्र-पत्रिकाओं के पन्ने देख लें या रेडियो-टेलीविजन के समाचार सुन लें, मोटे तौर पर सभी में समाचारों के चयन का मापदण्ड लगभग समान ही होता है। हां, इलैक्ट्रॉनिक और मुद्रित माध्यमों में समाचार के प्रस्तुतिकरण का तरीका अवश्य भिन्न होता है।

रेडियो समाचार

किसी पत्र-पत्रिका में प्रकाशनार्थ तैयार की गयी स्टोरी और रेडियो पर प्रसारण हेतु तैयार की गयी *'स्क्रिप्ट'* में लिखने का ढंग बिल्कुल अलग होता है। रेडियो की *स्क्रिप्ट* में वाक्य और वाक्यांश बहुत छोटे-छोटे और सरल रखे जाते हैं ताकि वे श्रोता को आसानी से समझ में आ जायें। इसका एक कारण यह भी है कि मुद्रित-माध्यम केवल शिक्षित लोगों के लिए ही होते हैं जबकि रेडियो के समाचार अर्द्धशिक्षित और अनपढ़ लोग भी सुनते हैं। इसका दूसरा कारण यह है कि पत्र-पत्रिका में किसी कठिन वाक्यांश या शब्द को पाठक दुबारा पढ़कर उसका अर्थ समझ सकते है और इसके लिए शब्दकोश की सहायता भी ले सकते हैं लेकिन रेडियो में ऐसा नहीं हो सकता क्योंकि एक बार समाचार-वाचक ने जो कुछ पढ़ा, श्रोता उसे दुबारा नहीं सुन सकते। इसीलिए *रेडियो स्क्रिप्ट* में वाक्यांश छोटे-छोटे और शब्द सरल, सुगम और श्रुति-मधुर रखे जाते हैं। नीचे एक ही समाचार की *रेडियो-स्क्रिप्ट* और समाचार-पत्रीय स्टोरी का नमूना दिया गया है जिससे *रेडियो-स्क्रिप्ट* की विशेषतायें समझी जा सकें—

रेडियो स्क्रिप्ट का नमूना

"...कश्मीर में अलगाववादी नेता शब्बीर शाह सरकारी दूत के.सी. पंत से बातचीत को तैयार हो गये हैं। इससे कश्मीर मामले पर सरकार की नीति सफल

होती दिखायी दे रही है। लेकिन शब्बीर शाह ने बातचीत में पाकिस्तान को शामिल करने पर जोर दिया है। दूसरी ओर, विदेशों में सक्रिय कई कश्मीरी गुटों ने भी बातचीत शुरू होने का स्वागत किया है। उन्होंने कहा है कि हुर्रियत कांफ्रेंस जैसे दलों को भी बातचीत के लिए आगे आना चाहिये।

समाचार-पत्रीय स्टोरी का नमूना

नई दिल्ली, 26 अप्रैल (भाषा) जम्मू-कश्मीर डेमोक्रेटिक फ्रीडम पार्टी (जे के डी एफ पी) के अध्यक्ष और प्रमुख अलगाववादी नेता श्री शब्बीर शाह द्वारा केन्द्र सरकार के अधिकृत वार्ताकार के.सी. पंत से बातचीत के लिए तैयार हो जाने से कश्मीर मसले पर केन्द्र सरकार का फार्मूला सफल होता दिख रहा है लेकिन शब्बीर शाह ने इस बात पर भी अपना पूर्ण जोर दिया है कि बातचीत के आयाम को विस्तृत रूप देने के लिए पाकिस्तान को भी उसमें शामिल करना चाहिये। इस बीच विदेशों में सक्रिय विभिन्न कश्मीरी संगठनों ने वार्ता प्रारंभ करने की सरकार की पहल का हार्दिक स्वागत करते हुये कहा है कि हुर्रियत कांफ्रेंस सहित अन्य गुटों को भी वार्ता के लिए पहल करनी चाहिये।

अब यदि इन दोनों समाचारों की तुलना करें तो समाचार-पत्रीय और रेडियो समाचार में अंतर स्पष्ट हो जायेगा। समाचार-पत्रीय 'स्टोरी' में दिनांक रेखा (date line) दी जाती है जबकि रेडियो में ऐसा नहीं होता और बुलेटिन शुरू होते ही समाचार-वाचक बता देता है कि ये समाचार कहां से प्रसारित किये जा रहे हैं। समाचार-पत्रीय *'लीड़'* अपेक्षाकृत लंबी होती है और उसे भूतकाल के संदर्भ में लिखा जाता है जबकि रेडियो समाचार में 'तात्कालिकता' का सदैव ध्यान रखा जाता है।...*"यह बात हुयी थी"* अथवा *"उसने कहा था/ किया था"* जैसे भूतकालिक वाक्यांश रेडियो समाचार में लिखने से बचना चाहिये ताकि रेडियो के श्रोताओं को लगे कि उन्हें आज के और अभी के, बिल्कुल ताजा समाचार मिल रहे हैं।

उपरोक्त नमूने में, *'अधिकृत वार्ताकार', 'फार्मूला', 'आयाम', 'विस्तृत', 'हार्दिक'* आदि शब्दों का रेडियो समाचार में प्रयोग नहीं किया गया है। ये शब्द कुछ कठिन और तकनीकी प्रकार के हैं इसलिए इनके स्थान पर बेहद सरल शब्दों का प्रयोग किया गया है। इसके अलावा समाचार-पत्रीय समाचार की अपेक्षा रेडियो समाचार काफी संक्षिप्त और कसे हुये होते हैं क्योंकि किसी समाचार को आधे या एक मिनट में ही रेडियो बुलेटिन में समायोजित करना होता है। 10 या 15 मिनट के बुलेटिन में दिये जाने वाले समाचारों का चयन इस तरह किया जाता है कि अंतरराष्ट्रीय और अंतरदेशीय, प्रादेशिक अथवा स्थानीय समाचारों के साथ-साथ मौसम, खेलकूद और कला-साहित्य के समाचार भी श्रोताओं को सुना दिये जायें। सहज ही अनुमान लगाया जा सकता है कि रेडियो समाचारों को तैयार करते हुये समाचार-सम्पादक पर अधिक से अधिक समाचारों को

सम्मिलित करने का कितना दबाव रहता होगा। रेडियो *स्क्रिप्ट* लिखते समय कुल शब्दों की संख्या पर भी ध्यान देना आवश्यक है। माना जाता है कि हम एक मिनट में लगभग 110 से 120 तक शब्द बोलते हैं इस प्रकार 15 मिनट के रेडियो बुलेटिन के लिए लगभग 1650 से 1800 तक शब्दों का प्रयोग किया जाता है।

रेडियो समाचार की विशेषताएं—रेडियो समाचार की भाषा के साथ ही इसके प्रस्तुतीकरण का तरीका भी विशिष्ट और समाचार-पत्रों से सर्वथा भिन्न होता है। निम्नलिखित बिन्दुओं के अध्ययन से रेडियो समाचार की विशिष्टता का पता लगाया जा सकता है।

सबसे पहला अंतर समाचार के प्रारंभ में ही दिख जाता है। पत्र-पत्रिकाओं में समाचार के पहले ही समाचार-स्रोत के स्थान (नगर) का नाम दे दिया जाता है और फिर उसी को समक्ष रखकर सारा समाचार लिखा जाता है। जैसे :

> *"लखनऊ, 8 फरवरी; उत्तर प्रदेश के मुख्यमंत्री राजनाथ सिंह ने अपनी भ्रष्टाचार विरोधी मुहिम का श्रीगणेश करने के लिए लखनऊ को चुना है और वे 12 फरवरी को यहां पहुंच रहे हैं।"*

रेडियो पर प्रसारित करने के लिए इसी समाचार को दूसरे ढंग से लिखा जायेगा। रेडियो समाचार राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य में पढ़े जाते हैं और उनमें स्थानीयता का पुट नहीं होता इसलिए रेडियो पर इस समाचार को इस प्रकार पढ़ा जायेगा :

> *"...उत्तर प्रदेश के मुख्यमंत्री राजनाथ सिंह भ्रष्टाचार विरोधी अपनी मुहिम की शुरूआत लखनऊ से कर रहे हैं और इस सिलसिले में वे शुक्रवार को लखनऊ पहुंच रहे हैं।"*

यहां यह भी ध्यान देने योग्य है कि रेडियो समाचारों में *'तिथि'* के स्थान पर *'दिन के नाम'* का प्रयोग किया जाता है। इसका कारण यह है कि बोलचाल की आम भाषा में यही ढंग अधिक प्रचलित है। इसलिए 8 फरवरी को यदि सोमवार हो तो आने वाली 12 फरवरी को 'शुक्रवार' कहा जायेगा। रेडियो पर तिथि, मास, या वर्ष का नाम देने की अपेक्षा, *'आज', 'कल', 'परसों', 'मंगलवार को', 'शुक्रवार को'*, या *इस सप्ताह, इस महीने, पिछले महीने, अगले महीने, इस वर्ष, अगले वर्ष* या *पिछले वर्ष*, आदि शब्दों का प्रयोग किया जाता है।

'संख्या' के मामले में भी रेडियो पर विशेष ध्यान दिया जाता है। आमतौर पर समाचार-पत्रों में भी ऐसा ही नियम है कि जब तक ठीक संख्या देना अति आवश्यक न हो तब तक इसे निकटतम पूर्णांकों में ही दिया जाता है। आयात के संदर्भ में यह कहना कि इस वर्ष कुल 59,459 टन चीनी का आयात किया गया, पाठकों पर अनावश्यक बोझ डालता है। इसके स्थान पर अक्सर यही कहा जाता है कि **"लगभग साठ हजार टन चीनी का आयात किया गया।"** रेडियो पर तो इस

बात का विशेष ध्यान रखा जाता है। इकाई, दहाई के विस्तार में जाने पर श्रोता उलझ सकते हैं और हो सकता है कि वह समाचार के मुख्य संदेश को ही भूल जाये। इसलिए रेडियो पर आवश्यक रूप से बस यही कहा जाता है कि—"... **लगभग 60,000 टन या लगभग 400 किलोमीटर दूर... ।**"

समाचार-पत्रों में बहुत से ऐसे शब्द या चिह्न होते हैं जिनका प्रयोग रेडियो की भाषा में नहीं किया जा सकता है, जैसे—'**निम्नलिखित**', 'उपर्युक्त', '**क्रमशः**' या '**पूर्वोक्त**'। लेखन में कोष्ठकों [()] और **पैराग्राफ** को भी अक्सर दिखाया जाता है लेकिन रेडियो स्क्रिप्ट में इस प्रकार के शब्द या चिह्नों का प्रयोग करना अशुद्ध एवं निरर्थक होगा। इसलिए ऐसे शब्दों के स्थान पर सामान्य बोलचाल की भाषा के शब्दों का प्रयोग रेडियो पर किया जाता है। उदाहरण के लिए, किसी समाचार पत्र में लिखा जायेगा—"**...गाजियाबाद जिले (उत्तर प्रदेश) में भी भारी वर्षा दर्ज की गयी।**" रेडियो पर इसे इस प्रकार पढ़ा जायेगा—"**उत्तर प्रदेश के गाजियाबाद जिले में भी आज भारी वर्षा हुयी।**"

रेडियो के लिए शब्दों का चयन करते समय काफी सावधानी रखनी चाहिये और प्रयत्न करना चाहिये कि ऐसे शब्दों का प्रयोग न किया जाये जिनके सुनने में किसी भी प्रकार की कोई गड़बड़ी होने का अंदेशा हो। जैसे—यह कहना कि—"**उन्होंने अप्रसन्नता प्रकट की**" या "**साधन अपर्याप्त थे**" कई बार उन श्रोताओं को भ्रमित कर सकता है जो किसी कारणवश '**अप्रसन्नता**' और '**अपर्याप्त**' का 'अ' नहीं सुन सके। इसलिए अप्रसन्नता या अपर्याप्त के स्थान पर '**नाराजगी**' या '**कम**' शब्दों का प्रयोग अधिक ठीक रहता है।

अब प्रश्न उठता है कि रेडियो समाचारों में व्यक्तियों के नामों का उच्चारण किस प्रकार किया जाये? आजकल नाम के संक्षिप्त अक्षर लिखने की परंपरा सी चल पड़ी है। इसलिए '**संजय कुमार सिंह**' अब अक्सर '**एस.के. सिंह**' ही लिखे जाते हैं। लेकिन हमारी भारतीय संस्कृति में नामों को पूरा-पूरा लिखने की ही परंपरा है और रेडियो पर भी इसी परंपरा का पालन करना सर्वोत्तम है। नियमतः रेडियो पर '**लालकृष्ण आडवाणी**' ही बोला जाना चाहिये लेकिन पिछले कुछ समय से इस नियम में, समय बचाने की दृष्टि से कुछ परिवर्तन कर लिया गया है। अब रेडियो पर भी '**श्री आडवाणी**' कहकर ही काम चला लिया जाता है।

टेलीविजन समाचार

भारत में सबसे पहला टेलीविजन केन्द्र 1959 में एक पायलट योजना के तहत खोला गया था जिसने 1965 से दिल्ली में पूर्णतया प्रसारण का काम प्रारंभ कर दिया। भारत में टेलीविजन का नेटवर्क लगातार बढ़ता रहा है और आज स्थिति यह है कि टेलीविजन की पहुंच भारत की 86 प्रतिशत आबादी तक हो गयी है। निजि टेलीविजन चैनलों के आगमन से तो स्थिति में और गुणात्मक परिवर्तन आया

है। आज दूरदर्शन के अलावा भी कई दर्जन चैनल, रिमोट का बटन दबाते ही टेलीविजन के पर्दे पर अवतरित हो जाते हैं।

पत्र-पत्रिकाओं और रेडियो की भांति टेलीविजन को भी पत्रकारिता की एक शाखा माना जाता है। किसी सामान्य संवाददाता में जिन-जिन योग्यताओं का होना आवश्यक है वे सभी योग्यतायें टेलीविजन संवाददाता में भी होनी ही चाहियें। लेकिन टेलीविजन संवाददाता को अपेक्षाकृत अधिक चतुर, अधिक कुशल और अधिक वाचाल होना चाहिये। यदि अचानक कोई बड़ी समाचारिक मूल्य वाली घटना घट जाये, कोई बड़ा अग्निकांड या विमान-दुर्घटना हो जाये या किसी राष्ट्रीय नेता की मृत्यु हो जाये तो मुद्रण या रेडियो के संवाददाता तो इधर-उधर से जानकारी प्राप्त कर *'स्टोरी'* तैयार कर सकते हैं, लेकिन टेलीविजन संवाददाता को यह सुविधा प्राप्त नहीं होती है। उसे तुरंत *कैमरा-टीम* लेकर घटनास्थल पर पहुंचना होता है। टेलीविजन पर भी समाचार, रेडियो की तरह ही लिखे/बोले जाते हैं लेकिन इतना अंतर जरूर है कि टेलीविजन पर जो कुछ बोला जाता है वह संकेतमात्र ही होता है क्योंकि दर्शकों के सामने बोले गये शब्दों से संबंधित चित्र और दृश्य *(बाइट्स)* भी आते रहते हैं।

टेलीविजन के लिए समाचार भेजते समय संक्षिप्तता, स्पष्टता और वाचन की दृष्टि से प्रभावोत्पादकता का पूरा-पूरा ध्यान रखना पड़ता है। समाचार की शैली कठिन नहीं होनी चाहिये और बातचीत की आम भाषा का प्रयोग करना चाहिये। लेकिन ध्यान रहे कि शालीनता का विशिष्ट स्तर कायम रखा जाये।

अन्य बातों के अलावा टेलीविजन संवाददाता में कुछ विशिष्ट गुण भी होने चाहिये। जब कोई संवाददाता किसी पत्र-पत्रिका या रेडियो के लिए कार्य करता है तो वहां उसकी सिर्फ लेखनी का कमाल ही जनता देख पाती है लेकिन टेलीविजन में ऐसा नहीं है। टेलीविजन पर अक्सर संवाददाता को कैमरे के सामने आना पड़ता है इसलिए टेलीविजन संवाददाता का बाहरी रंग-रूप और व्यक्तित्व भी काफी महत्वपूर्ण होता है। टेलीविजन संवाददाता को अपने व्यक्तित्व पर अधिक से अधिक ध्यान देना चाहिये। इसीलिए आजकल आकर्षक युवक-युवतियों को ही टेलीविजन रिपोर्टिंग का महती कार्य सौंपा जाता है। टेलीविजन संवाददाता को अपनी वाणी और शुद्ध उच्चारण पर भी ध्यान देना चाहिये। रेडियो-संवाददाता मात्र स्क्रिप्ट भेजता है और उसका वाचन, समाचार-वाचक की आवाज में होता है लेकिन टेलीविजन संवाददाता को समाचार स्वयं उच्चारित करने होते हैं। साफ आवाज और शुद्ध उच्चारण के लिए टेलीविजन संवाददाता को निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिये—

1. उसे धूम्रपान नहीं करना चाहिये क्योंकि इससे आवाज में भारीपन आता है और स्वर भर्रा जाता है।

2. उसे तेज-मसालों और खट्टी वस्तुओं के उपभोग से भी बचना चाहिये।

3. टेलीविजन संवाददाताओं को पान-मसाला और गुटके आदि का सेवन कभी नहीं करना चाहिये क्योंकि इससे दांत गन्दे और बदरंग होते हैं जो कैमरे के

सामने आने पर बहुत खराब लगते हैं।

4. साफ आवाज और शुद्ध उच्चारण के लिए टेलीविजन संवाददाता को नियमित रूप से *'स्पीच-थैरेपिस्ट'* से परामर्श लेते रहना चाहिये।

रिपोर्टिंग और महिलाएं

रिपोर्टिंग, पत्रकारिता का एक अतिविशिष्ट कार्यक्षेत्र है और महिलाओं के लिए इसमें सफलता की असीम संभावनाएं हैं। पहले समझा जाता था कि महिलाएं सिर्फ घरेलू कार्य ही पूरी दक्षता से कर सकती थीं लेकिन पिछले कुछ वर्षों में अरुंधती राय, कल्पना चावला, प्रियंका चोपड़ा, सुषमा स्वराज, रेणुका चौधरी आदि महिलाओं ने इस धारणा के परखच्चे उड़ा दिये हैं। आज महिलाएं बाहर के मोर्चे पर भी अपनी सफलता के झंडे गाड़ रही हैं। पहले यह माना जाता था कि घर से बाहर महिलायें सिर्फ डॉक्टर, नर्स या अध्यापिका ही बन सकती हैं लेकिन अब महिलाओं का रूझान प्रशासनिक सेवा, इंजीनियरिंग, प्रबंधन आदि अनेक व्यावसायिक क्षेत्रों की ओर भी बढ़ा है। रिपोर्टिंग भी एक ऐसा ही क्षेत्र है जिसमें आजकल काफी संख्या में महिलायें आ रही हैं और सौभाग्य से इस चुनौतीपूर्ण क्षेत्र में वे सफल भी हो रही हैं।

यदि प्रकृति के हिसाब से देखा जाये तो रिपोर्टिंग में महिलायें ही ज्यादा फिट बैठती हैं। रिपोर्टिंग के कई पक्षों को महिलायें ही अपने मानवीय गुणों के कारण अधिक सरलता से निपटा सकती हैं। रिपोर्टिंग में साक्षात्कार, जनसंपर्क और व्यक्तिगत पूछताछ का बेहद महत्व है और महिलायें इन कार्यों को अधिक सहजता से कर सकती हैं। इसी वजह से रिपोर्टिंग में अब पुरुषों का एकाधिकार लगभग समाप्त हो गया है। अधिकतर मीडिया संस्थानों में रिपोर्टिंग के लिए महिलाओं को ही वरीयता दी जाने लगी है। टेलीविजन-रिपोर्टिंग में तो महिलायें, पुरुषों से भी आगे निकल गयी हैं। कई टेलीविजन संस्थानों में तो सिर्फ महिलाओं को ही रिपोर्टिंग के लिए रखा/भेजा जाता है।

वैसे इस कठिन क्षेत्र में कदम रखने पर महिलाओं के सामने दिक्कतें भी अपेक्षाकृत अधिक आती हैं। रिपोर्टिंग के लिए अक्सर संवाददाता को देर रात तक अपने घर से दूर रहना पड़ता है और कभी-कभी असामान्य और प्रतिकूल परिस्थितियों में भी घंटों कार्य करना पड़ता है। ऐसी परिस्थितियां, महिला-संवाददाता को काफी हताश करती हैं। इन परिस्थितियों में काम करने पर महिला-संवाददाता को असुरक्षा की भावना भी घेरे रहती है। जैसे-जैसे पत्रकारिता के चुनौतीपूर्ण क्षेत्र में महिलाओं की हिस्सेदारी बढ़ी है वैसे-वैसे इस क्षेत्र में उनका दैहिक शोषण भी बढ़ा है। लेकिन अपने उच्च नैतिक-बल से स्त्रियां इन प्रतिकूल परिस्थितियों में भी सम्मानजनक स्थान बना सकती हैं। कई महिला-पत्रकारों ने यह बात बारंबार प्रमाणित भीं की है।

सफलता के सूत्र

रिपोर्टिंग, पत्रकारिता की सबसे कठिन विधा है और इसमें सफलता के लिए संवाददाता में गहरी मानसिक जागरूकता और उच्च नैतिक चरित्र बल आवश्यक

है। यदि कोई संवाददाता, तटस्थ और निष्पक्ष रहते हुये प्रतिकूल परिस्थितियों में भी अपने कर्तव्यों के प्रति अडिग रहकर काम कर सके तो वही एक कुशल संवाददाता बन सकता है और पत्रकारिता की रूपहली दुनिया में नाम कमा सकता है। संवाददाता को असामान्य परिस्थितियों में भी तर्कसंगत विचार करने की अपनी क्षमता को दुर्बल नहीं होने देना चाहिये।

अक्सर ऐसा होता है कि लगभग एक ही समय में संवाददाता को किसी अतिविशिष्ट व्यक्ति या उच्चाधिकारी से मिलना पड़ता है और कुछ समय बाद ही श्रमिक यूनियन के पदाधिकारियों से बात करनी पड़ती है। इन परिस्थितियों में संवाददाता को अपनी सहजता नहीं खोनी चाहिये। किसी अतिविशिष्ट व्यक्ति के सामने न तो उसे संकोच करना चाहिये और न समाज के छोटे व्यक्तियों के सम्मुख उसे मिथ्या अहंकार अपने मन में लाना चाहिये। प्रत्येक स्थिति में उसे संयत, सहज और संतुलित व्यवहार करना चाहिये। यदि समाज के सभी वर्गों के साथ उसके आत्मीय संबंध होंगे तो उसका कार्य और सरल हो जायेगा। अधिक से अधिक लोगों से जान-पहचान रखना और मेल-जोल द्वारा अपना काम निकाल लेना एक महत्वपूर्ण गुण है और किसी संवाददाता की सफलता के लिए यह बेहद आवश्यक भी है।

कुछ संवाददाता अपने झूठे अहंकार के चलते केवल अतिविशिष्ट लोगों से ही संपर्क रखते हैं और सत्ताधारी दल के नेताओं के यहां दरबार जमाते हैं। परिणामस्वरूप उनकी *'स्टोरी'* एक-पक्षीय हो जाती है और वे निष्पक्षता का भाव नहीं रख पाते हैं। इस कारण संवाददाता अपनी व्यावसायिक स्वतंत्रता खो बैठते हैं और कुछ लोगों के हाथों की कठपुतली बन जाते हैं। ऐसे संवाददाता कुछ तात्कालिक लाभ तो जरूर पा लेते हैं लेकिन सफलता और शोहरत उनसे हमेशा कोसों दूर रहती है। इसलिये संवाददाता को कभी भी राजनीतिक आधार पर भेदभाव नहीं करना चाहिये और पूर्ण निष्पक्षता से अपने कर्तव्यों का निर्वहन करना चाहिये।

पहले पत्रकारिता को सिर्फ *'मिशन'* माना जाता था लेकिन अब पत्रकारिता विशुद्ध रूप से एक व्यवसाय बन गयी है अर्थात यह पत्रकार के जीविकोपार्जन का एक माध्यम भी है। पत्रकारिता या रिपोर्टिंग एक विशिष्ट प्रकार का पेशा है और इसमें सफलता के लिए एक विशेष प्रकार का विशिष्ट व्यक्तित्व होना चाहिये। जिस प्रकार किसी वकील से तर्क और वाक्चातुर्य की, चिकित्सक से सहानुभूति और धीरज की तथा शिक्षक से विद्वता और सौम्यता की अपेक्षा की जाती है, ठीक उसी प्रकार किसी संवाददाता से जागरुकता, छिद्रान्वेषण प्रकृति, चतुराई और अध्यवसाय की आशा की जाती है। यह चुनौतीपूर्ण कार्य उनके लिये बिल्कुल भी नहीं है जो अतिशीघ्र धीरज खो बैठते हैं और एकदम से उत्तेजित हो जाते हैं। कुशल संवाददाता वही बन सकता है जो प्रतिकूल परिस्थितियों में भी सहजता से अपने कार्य का निष्पादन कर सके। कल्पनाशीलता, रचनात्मकता और भाषा में कलात्मकता, संवाददाता के अतिरिक्त लेकिन आवश्यक गुण माने जाते हैं। ❑

5

संवाददाता, नैतिकता और आचार-संहिता

यह बहस काफी पुरानी है कि पत्रकारिता 'मिशन' है या 'व्यवसाय'। इसमें कोई सन्देह नहीं कि पत्रकारिता एक व्यवसाय है लेकिन यह भी पूर्णतया सत्य है कि यह एक कर्तव्य भी है, कर्तव्य राष्ट्र के प्रति और कर्तव्य अपने पाठकों/श्रोताओं के प्रति। जिस प्रकार अन्य व्यवसाय-समूहों के लिए कुछ नियम-कायदे, कुछ मर्यादायें स्थापित की गयी हैं ठीक उसी प्रकार संवाददाताओं के लिए भी कुछ मर्यादायें स्थापित की गयी हैं, कुछ सीमा-रेखायें खींची गयी हैं और प्रत्येक संवाददाता को इन मर्यादाओं का पालन करना चाहिये। तभी वह अपने व्यवसाय से न्याय कर पायेगा।

देश में कई ऐसे कानून हैं जिन्हें प्रत्येक संवाददाता को मानना पड़ता है लेकिन कुछ नियम ऐसे हैं जिनका पालन करने की प्रत्येक संवाददाता से आशा की जाती है। इन्हीं नैतिक नियमों के आधार पर आचार-संहिताओं का निर्माण होता है। ये आचार-संहितायें सिर्फ नैतिक दबाव से ही लागू की जाती हैं और पत्रकारिता के क्षेत्र में पर्दापण करने वाले नवांगतुक संवाददाता इनसे पथ-प्रदर्शन प्राप्त करते हैं। पत्रकारों के विभिन्न संगठन यथा अखिल भारतीय समाचार-पत्र संपादक संघ और प्रेस परिषद आदि समय-समय पर आचार-संहितायें बनाती रहती हैं और उनके नियमों को आत्मसात करने के लिए पत्रकारों को प्रेरित करती रहती हैं। इसके अलावा विभिन्न समाचार-पत्रों में कार्यरत पत्रकारों की यूनियनें भी ऐसी आचार-संहितायें लागू करती रहती हैं।

देश में पत्रकारों की एक शीर्ष संस्था की परिकल्पना करते हुये 1952 के प्रेस आयोग ने प्रेस-परिषद की स्थापना करने का परामर्श दिया था। इसके बाद 1965 में प्रेस परिषद अधिनियम पारित हुआ और प्रेस परिषद की स्थापना कर दी गयी। इस अधिनियम में प्रेस-परिषद के निम्नलिखित उद्देश्य बताये गये थे—

1. व्यवसाय के उच्च स्तर के अनुरूप पत्रकारों के लिए आचार-संहिता का निर्माण करना।
2. इस प्रस्तावित आचार-संहिता को लागू करने के लिए कड़े कदम उठाना।
3. समाचार-माध्यमों की स्वतंत्रता की रक्षा करना।
4. यह व्यवस्था करना कि समाचार-पत्र और पत्रकार, लेख आदि प्रकाशित करते समय भाषा-लालित्य और सार्वजनिक सुरुचि के नियम का उल्लंघन न करें

और नागरिकों के कर्तव्यों और अधिकारों के प्रति पूर्ण निष्ठा का परिचय दें।

5. पत्रकारों को अपनी लेखनी के माध्यम से देश सेवा के लिए प्रेरित करना।
6. सार्वजनिक हित से संबंधित समाचारों के संकलन और वितरण की रुकावटों को दूर करना।
7. पत्रकारों के आधुनिक प्रशिक्षण का प्रबंध करना।

प्रेस-परिषद के इन उद्देश्यों में अप्रत्यक्ष रूप से पत्रकारों के लिए दो नैतिक नियम बताये गये हैं। समाचारों के प्रस्तुतीकरण में भाषा-लालित्य और सार्वजनिक हितों की सुरक्षा को प्रमुखता देना, दरअसल पत्रकारों/संवाददाताओं का नैतिक दायित्व है।

प्रेस-परिषद अप्रत्यक्ष रूप से एक न्यायालय के रूप में भी कार्य करती है। इसमें उन पत्र और पत्रकारों के विरुद्ध शिकायतों की जांच की जाती है जिन पर पत्रकारिता की मान्य आचार-संहिता के उल्लंघन का आरोप होता है। जांच के पश्चात प्रेस परिषद दोषी पक्ष के विरुद्ध निंदा का प्रस्ताव पास कर सकती है। प्रेस परिषद के फैसलों का कोई कानूनी पक्ष नहीं है और इसके फैसले पत्र या पत्रकार पर केवल नैतिक दबाव ही डाल सकते हैं। प्रेस-परिषद के समक्ष जनसाधारण, केन्द्रीय सरकार या राज्य प्रशासन किसी पत्र या पत्रकार के विरुद्ध अपनी शिकायतें रख सकते हैं और समाचार-पत्र या पत्रकार भी प्रेस की स्वतंत्रता के लिए प्रेस परिषद का दरवाजा खटखटा सकते हैं। लेकिन प्रेस परिषद के निर्णय, न्यायालयों के फैसलों के तरह बाध्यकारी नहीं हैं।

पत्रकारिता के उच्च्य आदर्शों की रक्षा करने के लिए और पत्रकारिता को उच्छंखल और कर्तव्यहीन होने से बचाने के लिए लगभग सभी देशों में विभिन्न संस्थायें पत्रकारों के लिए आचार-संहितायें बनाती हैं और उसके अनुपालन के लिए कार्य करती हैं। अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पत्रकारों के लिए एक आचार-संहिता बनाने के लिए अखिल भारतीय समाचार-पत्र संपादक सम्मेलन, ग्रेट ब्रिटेन के राष्ट्रीय पत्रकार संघ, अमेरिकन सोसायटी ऑफ न्यूज पेपर्स एडीटर्स, अमेरिकन न्यूज पेपर्स गिल्ड और नेशनल एंड पेन अमेरिकन प्रेस कांग्रेस ने परस्पर सहमति से निम्नलिखित बिन्दुओं पर सहमति व्यक्त की है :

1. प्रेस, राष्ट्र या समाज की धरोहर है और इसके राष्ट्र के प्रति कुछ दायित्व हैं। पत्रकारों को यह बात आत्मसात कर लेनी चाहिये और अपनी लेखनी का प्रयोग सदैव मानव-हित में ही करना चाहिये।
2. जो कुछ लिखा जाये वह तथ्यात्मक होना चाहिये और उससे किसी भी प्रकार का कोई भ्रम नहीं पैदा होना चाहिये।
3. राष्ट्रहित में कुछ विशेष मामलों में पत्रकारों को गोपनीयता बरतनी चाहिये।
4. पत्रकारिता का अपने व्यक्तिगत स्वार्थों के लिए कभी भी दुरुपयोग नहीं करना चाहिये।

5. किसी के व्यक्तिगत जीवन के संदर्भ में निराधार बातें कभी भी प्रकाशित नहीं करनी चाहिये।
6. निष्पक्षता और आत्मसम्मान किसी भी पत्रकार का प्राथमिक गुण होना चाहिये।
7. पत्रकारों को राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, जातीय, धार्मिक या आनुवांशिक आधार पर मानव-मानव में भेद नहीं करना चाहिये।

एक पत्रकार के रूप में किसी भी संवाददाता को अत्याधिक प्रतिष्ठा मिलती है तो सिर्फ इसलिए क्योंकि लोग उसके पेशे की इज्जत करते हैं और उसका राष्ट्र व समाज के प्रति सामान्य से कुछ अधिक दायित्व होता है। किसी भी संवाददाता को किसी मान्य आचार-संहिता का पूरे मनोयोग से पालन करना चाहिये। नीचे कुछ राष्ट्रीय व अंतरराष्ट्रीय संगठनों द्वारा प्रतिपादित आचार-संहितायें दी गयी हैं :

अखिल भारतीय समाज-पत्र संपादक सम्मेलन की आचार-संहिता :

1. मूल मानवीय और सामाजिक अधिकारों का पत्रकार को सदैव आदर करना चाहिये।
2. समाचार देते समय पत्रकार को सदैव अपने पेशे के प्रति निष्ठावान और निष्पक्ष रहना चाहिये।
3. जातीय, धार्मिक या आर्थिक मतभेदों के समाचार देते समय पत्रकार को विशेष सतर्कता बरतनी चाहिये और ऐसे समाचार देने से बचना चाहिये जिनसे विभिन्न वर्गों के बीच टकराव को बढ़ावा मिले।
4. पत्रकार को सदैव ध्यान रखना चाहिये कि समाचार में न तो वास्तविकता को तोड़ा-मरोड़ा जाये और न ही आवश्यक तथ्यों को छिपाया जाये।
5. अफवाह या अपुष्ट समाचारों को अफवाह और अपुष्ट समाचार ही माना और लिखा जाये।
6. पेशेगत-गोपनीयता की रक्षा करना पत्रकारों का प्राथमिक दायित्व है।
7. पत्रकारिता का व्यक्तिगत स्वार्थों के लिए दुरुपयोग कभी नहीं करना चाहिये।
8. गैर-तथ्यात्मक समाचारों और गलत बयानों का तुरंत और स्वेच्छापूर्वक खण्डन प्रकाशित करना चाहिये।
9. किसी समाचार को प्रकाशित करने या प्रकाशित न करने के लिए रिश्वत मांगना या स्वीकार करना, पत्रकार को पाप समझना चाहिये।
10. पत्रकार को अपनी पेशेगत-स्थिति का गैर-पत्रकारीय कार्यों हेतु दुरुपयोग नहीं करना चाहिये।
11. व्यक्तिगत वाद-विवाद को समाचार-पत्र में लंबे समय तक जारी नहीं रखना चाहिये। इससे पत्रकारिता की प्रतिष्ठा को आंच पहुंचती है।

12. किसी के व्यक्तिगत जीवन से संबंधित खबरें प्रकाशित करने से बचना चाहिये। इस संदर्भ में अफवाहें और निराधार बातें तो कभी भी प्रकाशित नहीं करनी चाहिये। यदि जनहित में किसी के निजी जीवन की बातें प्रकाशित करनी भी पड़ें तो एक संतुलन अवश्य कायम रखना चाहिये और चटपटी सामग्री प्रकाशित करने के लोभ का सदैव संवरण करना चाहिये।

अमेरिकन न्यूज पेपर्स गिल्ड़ की आचार-संहिता

1. समाचार की भीड़ में किसी का प्रचार नहीं होना चाहिये।
2. पत्रकारों को अपने व्यक्तित्व और व्यवहार में स्वतंत्र बुद्धि, आत्मसम्मान और निष्पक्षता के गुण सम्मिलित करने चाहियें।
3. समाचार-संपादन, संपादकीय विभाग में होना चाहिये न कि व्यवस्था-विभाग में या प्रबंधक की मेज पर।
4. यदि कोई व्यक्ति पत्रकार को कोई रहस्य बताये और अपना नाम न देने का आग्रह करे तो रहस्य के सूत्र का उद्घाटन पत्रकार को किसी भी परिस्थिति में नहीं करना चाहिये।
5. अपने समाचार-पत्र समूह की गोपनीय बातें, वहां से हटने पर भी कभी किसी को नहीं बतायी जानी चाहियें।
6. पत्रकार को औचित्य और तथ्य की सदैव रक्षा करनी चाहिये।
7. पत्रकार को राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक या जातीय आधार पर भेद नहीं करना चाहिये।

अमेरिकन सोसायटी ऑफ न्यूज पेपर एडीटर्स की आचार-संहिता

1. समाचार में टीका-टिप्पणी नहीं होनी चाहिये और विचारों को लिखने वाले का नाम अवश्य प्रकाशित करना चाहिये।
2. शीर्षक, समाचार या लेख के अनुरूप ही होने चाहियें।
3. जनहित में निम्न-स्तर की चर्चा या निंदा नहीं प्रकाशित करनी चाहिये।
4. क्षमा-याचना या भूल-सुधार के लिए सदैव तत्पर रहना चाहिये।
5. समाचार-पत्रों का प्राथमिक कर्तव्य लोकमत का प्रतिनिधित्व और मानवीय जीवन को उसकी सम्पूर्ण सार्थकता के साथ प्रतिबिम्बित करना होना चाहिये।
6. प्रेस की स्वतंत्रता समूची मानवता का मौलिक अधिकार है और पत्रकार को इसकी रक्षा के लिए सदैव सतर्क रहना चाहिये।
7. पत्रकारिता को सार्थक करने के लिए आवश्यक है कि पत्रकार अपने पाठकों से कभी भी विश्वासघात न करे।

नेशनल एंड पेन अमेरिकन प्रेस कांग्रेस की आचार-संहिता

1. जोश के साथ अपने उत्साह का प्रदर्शन करें लेकिन व्यर्थ का घमंड कभी न करें।

2. अपने पत्र या समाचार-माध्यम पर हमेशा गर्व करें।
3. पत्रकारों में जड़ता मृत्यु के समान है इसलिए लकीर के फकीर नहीं बने रहना चाहिये।
4. नवीनता-प्रदर्शन को सदैव उत्सुक व तत्पर रहें।
5. तलवार और पैसा कलम के दुश्मन होते हैं। जरूरत पड़ने पर पेशेगत आत्मसम्मान बनाये रखने के लिए अपने जीवन की भी बलि देनी पड़े तो पीछे न हटें।
6. परिवर्तनशील बनें और सदैव विवेक से काम लें।
7. स्पष्टवादी और निष्पक्ष बनें।
8. किसी का विज्ञापन, लेख की तरह छापना पाप है। यह पाठकों के साथ विश्वासघात है।
9. सहयोगी पत्रकार की जगह लेने को षड़यंत्र रचना पाप है।
10. प्रेस की स्वतंत्रता या प्रेस की शक्ति का प्रयोग अपने व्यक्तिगत स्वार्थों के लिए कदापि न करें।

ग्रेट ब्रिटेन के राष्ट्रीय पत्रकार संघ की आचार संहिता

1. किसी व्यक्ति या संस्था की मानहानि, अदालत की अवज्ञा और *कॉपीराइट* (प्रतिलिप्याधिकार) का सदैव ध्यान रखें।
2. सहयोगी पत्रकारों से ठीक वैसा ही व्यवहार करें जैसा उनसे आप अपने लिए अपेक्षित रखते हैं।
3. अदालती कार्यवाही के समाचारों में सभी पक्षों के साथ न्यायोचित व्यवहार करें।

मानवता, राष्ट्र, समाज और पेशे के साथ न्याय करने के लिए किसी भी पत्रकार या संवाददाता को उपरोक्त बिंदुओं का सदैव ध्यान रखना चाहिये। पत्रकारिता को सिर्फ व्यवसाय न मानकर मानव-सेवा का माध्यम मानना चाहिये।

कानून की परिधि में संवाददाता

यह सत्य है कि प्रेस की स्वतंत्रता सर्वोपरि है लेकिन इस बात का ध्यान सरकार, समाचार-पत्र और पत्रकार को रखना चाहिये कि प्रेस की स्वतंत्रता की आड़ में पत्रकारिता निरंकुश न होने पाये। प्रेस की स्वतंत्रता के अंतर्गत पत्रकारों को निसन्देह यह विशेषाधिकार प्राप्त है कि वे बिना किसी रोक या *सेंसर* के जो कुछ उचित समझें उसे प्रकाशित या प्रसारित कर दें लेकिन पत्रकार को इसके परिणाम का उत्तरदायित्व भी अपने सिर लेना ही होगा। प्रेस की स्वतंत्रता पत्रकार को इस बात की इजाजत हर्गिज नहीं देती कि वह अपनी लेखनी को निरंकुश बना दे। समाचारों, चित्रों, टिप्पणियों, विज्ञापनों या किसी व्यक्ति के बयानों को अपने

समाचार-माध्यम में स्थान देने या न देने का निर्णय, पत्रकारिता की श्रेष्ठ परंपराओं के आलोक में करना चाहिये।

समाचार-पत्रों का मुद्रण, प्रकाशन और वितरण तथा टेलीविजन समाचार-चैनलों का प्रसारण एक उद्योग भी है और एक व्यवसाय भी इसलिए इस पर भी कुछ नियम, कायदे-कानून लागू होते हैं। हमारे देश में भी पत्रकारिता से संबंधित ढ़ेरों कानून हैं लेकिन यहां हम उन्हीं कानूनों की चर्चा करेंगे जिनका प्रत्यक्ष संबंध समाचार-संकलन, रिपोर्टिंग और समाचार के प्रकाशन से है।

मान-हानि कानून—भारतीय दंड संहिता (1860) की धारा 499 के अनुसार, राष्ट्र के प्रत्येक व्यक्ति को अपनी ईमानदारी, यश, प्रतिष्ठा, प्रसिद्धि और मान-सम्मान आदि को सुरक्षित रखने का पूरा अधिकार है। इस कानून में मानहानि को निम्नानुसार परिभाषित किया गया है—"जब कोई या तो बोले गये या पढ़े जाने योग्य शब्दों द्वारा, संकेतों द्वारा या दृश्य निरूपणों द्वारा किसी व्यक्ति के बारे में कोई लांछन इस आशय से लगाता है कि ऐसे लांछन से व्यक्ति-विशेष की ख्याति की अपहानि होगी तो इसे मानहानि करना कहा जायेगा।" मानहानि के मामले में प्रतिवादी (अभियुक्त) पर दीवानी और फौजदारी, दोनों प्रकार के मामले चलाये जा सकते हैं तथा दो वर्ष की साधारण कैद या जुर्माना या दोनों सजायें एक साथ दी जा सकती हैं। इस कानून के अनुसार :

1. किसी मृत व्यक्ति पर कोई आरोप लगाना, मानहानि की श्रेणी में आ सकता है यदि वह आरोप उस व्यक्ति के जीवित होने पर उसकी ख्याति में अपहानि करता।
2. यदि मृत व्यक्ति पर लगाये गये आरोपों से उस व्यक्ति के निकट संबंधियों की भावनायें आहत होती हों, तो यह आरोप मानहानि कहलायेगा।
3. किसी कंपनी या व्यक्ति समूह के संबंध में ऐसा आरोप लगाना, जो उनका अपयश करता हो, मानहानि की श्रेणी में आयेगा।
4. व्यंग्योक्ति के रूप में आरोप लगाना भी मानहानि की श्रेणी में आ सकता है।
5. कोई आरोप तब तक किसी व्यक्ति की मानहानि करने वाला नहीं कहा जा सकता जब तक कि वह आरोप, दूसरों की दृष्टि में उस व्यक्ति के सदाचार या बौद्धिक स्वरूप को नष्ट न करे या उस व्यक्ति की साख को न गिराये।
6. किसी व्यक्ति पर ऐसा आरोप लगाना जो सत्य हो, उसकी मानहानि नहीं है। विशेष रूप से तब जबकि आरोप प्रकाशित या प्रसारित करना लोकहित में हो।
7. किसी लोकसेवक द्वारा सार्वजनिक कार्य करने के दौरान उसके आचरण या शील के संबंध में कोई मत प्रकट करना, मानहानि नहीं है. लेकिन यह

अभिव्यक्ति सद्भावपूर्ण होनी चाहिये।

8. व्यक्ति के नाम का गलत प्रकाशन मानहानि है।
9. व्यक्ति-विशेष के चित्र अनुपयुक्त स्थान पर प्रकाशित करना मानहानि है।
10. किसी जाति, धर्म या वर्ग विशेष पर निन्दाजनक टिप्पणी, मानहानि हो सकती है।
11. किसी कि बीमारी, विकृति या दोषों की अनाधिकृत चर्चा, मानहानि की श्रेणी में आ सकती है।

संवाददाताओं में अक्सर यह दुर्बलता देखी गयी है कि वे समाचार को चटपटा बनाने के चक्कर में यह भी ध्यान नहीं रखते कि इससे उनके समाचार-माध्यम पर मानहानि का मामला भी बन सकता है। इससे समाचार माध्यम को वित्तीय नुकसान तो होगा ही साथ ही उसके पाठकों या श्रोताओं का विश्वास भी खंडित हो जायेगा। इसलिए संवाददाता को चाहिये कि समाचार लिखते समय सतर्क रहे और मानहानि के दोष से बचे। उसे संकलित तथ्यों की पहले स्वतंत्र व निष्पक्ष जांच करनी चाहिये और उनकी प्रमाणिकता सिद्ध होने पर ही उन्हें समाचार में स्थान देना चाहिये। कानून के अनुसार मानहानि के दो रूप माने गये हैं—प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष मानहानि। प्रत्यक्ष मानहानि को निम्नलिखित उदाहरण से समझा जा सकता है—यदि किसी व्यक्ति (अ.ब.स.) को किसी की हत्या के जुर्म में पुलिस द्वारा गिरफ्तार कर लिया जाये तो—"हत्यारा अ.ब.स. गिरफ्तार" शीर्षक वाला समाचार देना मानहानि माना जायेगा। समाचार के शीर्षक में न्यायालय का निर्णय आने से पूर्व ही 'अ.ब.स.' को हत्यारा घोषित कर दिया गया है।

सर्वमान्य सिद्धांत यही हैं कि जब तक किसी व्यक्ति के खिलाफ अदालत में अपराध सिद्ध नहीं हो जाता, उसे अपराधी नहीं माना जा सकता और कानून की दृष्टि में वह निर्दोष माना जायेगा। किसी आरोप में गिरफ्तारी के कारण ही व्यक्ति को अपराधी नहीं माना जा सकता। चूंकि उपरोक्त शीर्षक में पहले ही व्यक्ति को 'हत्यारा' घोषित कर दिया गया है इसलिए यह मामला मानहानि कानून के दायरे में आयेगा।

कॉपीराइट एक्ट (1957)—पहला भारतीय कॉपीराइट एक्ट सन् 1957 में बनाया गया था और 1984 में इसमें दो महत्वपूर्ण संशोधन किये गये। प्रथम संशोधन, इस एक्ट में एक नई धारा, 19-ए जोड़कर किया गया है। इस संशोधित धारा के अनुसार—"कोई विवाद यदि हस्तांतरण प्रलेख या कॉपीराइट के हस्तांतरण की किसी शर्त के संबंध में उत्पन्न हो तो कॉपीराइट बोर्ड विवाद के संबंध में किसी भी पक्ष द्वारा शिकायत प्राप्त होने पर और आवश्यक होने पर, जांच-पड़ताल करने के बाद यदि वह उचित समझे तो ऐसा आदेश दे सकता है जिसमें कॉपीराइट के स्वत्वाधिकारी को हस्तांतरण प्रलेख को भंग करने की अनुमति का आदेश भी

शामिल है। यदि हस्तांतरण प्रलेख की शर्तें, उसके लिए कड़ी हैं या प्रकाशक ने उसकी पुस्तक के प्रकाशन में अनावश्यक देरी कर दी है तो वह स्वत्वाधिकार के बकाये की रॉयल्टी के प्रमाणपत्र जारी कर सकता है।''

दूसरे संशोधन के अनुसार निगम या संकायों के स्वत्वाधिकारी वाली पुस्तकों के लिए भी कॉपीराइट की अवधि निर्धारित कर दी गयी है। इसके अनुसार—''ऐसी किसी पुस्तक के विषय में जिसका प्रथम प्रकाशन, राजकीय अथवा किसी संवैधानिक सार्वजनिक निकाय के द्वारा हो, सरकार अथवा वह सार्वजनिक निकाय, इस कॉपीराइट का स्वत्वाधिकारी माना जायेगा।'' स्वत्वाधिकार की अवधि, इस मूल अधिनियम के तहत 50 वर्ष की थी, किंतु 1991 के एक संशोधन आदेश द्वारा इस अवधि को बढ़ाकर 60 वर्ष कर दिया गया है।

कॉपीराइट कानून का एक अन्य प्रमुख संशोधन, पुस्तकों की चोरी, जालसाजी और तस्करी रोकने से संबंधित है। इस प्रवृत्ति की रोकथाम के लिए विशेष सजा का प्रावधान किया गया है। इस अपराध के लिए अब छह माह से तीन वर्ष तक की सजा और 50 हजार रुपये से लेकर दो लाख रुपये तक के जुर्माने की व्यवस्था की गयी है। जालसाजी को अब गैर-जमानती अपराध घोषित कर दिया गया है। इसके अतिरिक्त, कॉपीराइट हनन को अब आर्थिक अपराध भी घोषित कर दिया गया है।

किसी लेखक की रचना, कहानी, लेख या किसी अन्य साहित्यिक कृति का यदि कोई दूसरा व्यक्ति अनुचित लाभ उठाये तो यह मामला कॉपीराइट एक्ट के अंतर्गत आता है। यह कानून द्वारा प्रतिबंधित है। यह कानून लेखकों के अधिकारों की रक्षा के लिए बनाया गया है। संवाददाताओं को अक्सर लेखकों के साक्षात्कार लेने पड़ते हैं, व्याख्यानदाताओं के भाषणों को छापना पड़ता है इसलिए संवाददाताओं को कॉपीराइट एक्ट का भलीभांति अध्ययन कर लेना चाहिये। यहां उल्लेखनीय है कि किसी पुस्तक या लेख की समीक्षा करते समय किसी कॉपीराइट सामग्री से उद्धरण दिये जा सकते हैं। उद्धरण लेते समय संवाददाता को मूल सामग्री को ज्यों का त्यों नहीं उतार देना चाहिये अपितु उस पर कुछ मेहनत करके उसे अपने शब्दों में, अपनी शैली में व्यक्त करना चाहिये। यद्यपि 'समाचार' पर किसी का भी एकाधिकार नहीं हो सकता लेकिन समाचार के मूल तथ्य और उसको प्रस्तुत करने की शैली, दो अलग-अलग विषय हैं। इसलिए समाचार लिखते समय संवाददाता को भाषा और शैली अपनी ही रखनी चाहिये। कुछ लोग साहित्यिक चोरी करने के बाद कानून की पकड़ से बचने को आभार-प्रदर्शन कर देते हैं। लेकिन आभार-प्रदर्शन के बावजूद व्यक्ति कॉपीराइट एक्ट के घेरे में आ सकता है।

पत्रकार और गैर-पत्रकार कर्मचारी (सेवा शर्त और अन्य प्रावधान) एक्ट, 1955—संवाददाताओं, पत्रकारों और अन्य गैर-पत्रकार कर्मचारियों के हितों की रक्षा के लिए यह एक्ट बनाया गया है। इस एक्ट के मुख्य प्रावधान निम्नलिखित हैं :

1. धारा-3 के अनुसार समाचार-पत्र का स्वामी, संपादक को तीन माह के और अन्य पत्रकारों को छह माह के नोटिस पर नौकरी से हटा सकता है।
2. धारा-6 (i) के अनुसार—किसी भी पत्रकार से चार लगातार सप्ताहों में लगातार 144 घंटे काम नहीं लिया जा सकता।
3. धारा-6 (ii) के अनुसार प्रत्येक पत्रकार को सात लगातार कार्यदिवसों के बाद न्यूनतम 24 घंटे का समय आराम करने के लिए अवश्य दिया जाना चाहिये।
4. धारा-9 और 13-बी के अनुसार पत्रकार और गैर-पत्रकार कर्मचारियों के वेतन तथा भत्तों के पुनरीक्षण हेतु केन्द्र सरकार एक वेतन-बोर्ड बनायेगी। वेतन-बोर्ड में दो व्यक्ति समाचार-माध्यम समूह के कर्मचारी, दो नियमित पत्रकार और तीन व्यक्ति जनता के बीच से होंगे, जिनमें से एक उच्चतम न्यायालय या उच्च न्यायालय का न्यायाधीश होगा, जो बोर्ड का अध्यक्ष भी होगा।
5. धारा-12 के अनुसार केन्द्र सरकार वेतन-बोर्ड की सिफारिशें स्वीकार करने के लिए समाचार-समूह को बाध्य कर सकती है।

बाल अधिनियम, 1960—यह अधिनियम बच्चों के प्राकृतिक अधिकारों के संरक्षण हेतु बनाया गया था। इस अधिनियम की धारा-36 के अनुसार यदि किसी मामले में किसी बच्चे से कोई पूछताछ की जाती है तो संवाददाता को अपनी स्टोरी में उस बच्चे के नाम, पते और स्कूल का उल्लेख नहीं करना चाहिये, ताकि बच्चे की पहचान न की जा सके। इस अधिनियम के उल्लंघन पर 1000 रुपये तक का जुर्माना किया जा सकता है।

संसदीय कार्यवाही (प्रकाशन का संरक्षण) एक्ट, 1977—मूल रूप से यह एक्ट आपातकाल के दौरान आठ दिसंबर 1975 को एक अध्यादेश द्वारा लाया गया था। आपातकाल हटने पर 1977 में यह अध्यादेश भी वापस ले लिया गया। 1977 में जनता पार्टी सरकार ने कुछ संशोधनों के बाद इस अध्यादेश को पुनः लागू कर दिया। इस एक्ट के द्वारा संसद और राज्य विधानसभाओं में होने वाली कार्यवाही के रेडियो, टेलीविजन या पत्र-पत्रिका में प्रसारण/प्रकाशन को सीमित किया गया है। अब समाचार-पत्रों या इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों को संसद या विधानसभा की कार्यवाही के प्रसारण/प्रकाशन का तो विशेषाधिकार प्राप्त है लेकिन यह विशेषाधिकार निरपेक्ष न होकर सशर्त है। संसद अथवा विधानमंडलों की कार्यवाही के समाचार देते समय संवाददाता को निम्नलिखित शर्तों का पालन करना होता है :

1. प्रकाशित या प्रसारित समाचार, यथार्थपरक, सम्पूर्ण और निष्पक्ष होना चाहिये। समाचार के तथ्यों और प्रस्तुतीकरण में किसी भी प्रकार की अशुद्धता नहीं

होनी चाहिये।

2. संवाददाता को संसद, सांसद और विधायकों के विशेषाधिकरों का हनन नहीं करना चाहिये।
3. संसद या विधानमंडलों में दिये गये भाषणों या खुल्लम-खुल्ला आरोपों के अंश भी प्रकाशित या प्रसारित किये जा सकते हैं लेकिन शर्त यह है कि इसका उद्देश्य मात्र *प्रेस-रिपोर्टिंग* ही होना चाहिये।
4. सदन के किसी गोपनीय सत्र की कार्यवाही प्रकाशित/प्रसारित नहीं की जा सकती।

भारतीय सरकारी रहस्य अधिनियम, 1923—इसके अनुसार पत्र और पत्रकार का यह दायित्व है कि वह देश की अखण्डता, प्रभुसत्ता और एकता को कायम रखने की दिशा में अपना रचनात्मक योगदान दे। अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के नाम पर 'प्रेस' को राष्ट्रीय एकता और अखंडता के साथ खिलवाड़ करने की अनुमति नहीं दी जा सकती। राष्ट्रीय हितों की सुरक्षा से संबंधित इस अधिनियम के अनुसार :

1. राष्ट्रीय हित और सुरक्षा की दृष्टि से निषिद्ध स्थलों पर पूर्व अनुमति के बिना प्रवेश करना और उनके संदर्भ में प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से किसी भी प्रकार की जानकारी, किसी भी माध्यम द्वारा शत्रु-पक्ष को देना, इस कानून की अवहेलना माना जायेगा।
2. निषिद्ध स्थलों पर जाकर वहां के रेखाचित्र, योजना, प्रारूप या चित्र, बिना पूर्व अनुमति के न तो लिए जा सकते हैं, और न ही उन्हें प्रसारित/प्रकाशित किया जा सकता है।
3. भारतीय गणतंत्र की प्रभुसत्ता, अखंडता तथा सार्वभौमिकता को प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करने के प्रयास, इस अधिनियम के तहत अपराध हैं।
4. विदेशी एजेंटों से संपर्क का प्रयास अवैध है।
5. स्वयं को गलत रूप से सरकारी अधिकारी बताना दंडनीय है।
6. सरकारी मुहरों, चित्रों और गुप्त-योजनाओं को किसी अनाधिकृत व्यक्ति को सौंपना या प्रकाशित-प्रसारित करना अपराध है।
7. राजकीय चिह्नों व मुहरों का गैर-कानूनी निर्माण तथा उनके विक्रय का प्रयास दंडनीय है।

इस अधिनियम के तहत, जो सम्पूर्ण भारतवर्ष में सभी सरकारी कर्मचारियों तथा विदेशों में रह रहे अप्रवासी भारतीयों पर लागू है, तीन वर्ष से 14 वर्ष तक की कैद की सजा का प्रावधान है।

अश्लीलता चित्रण निरोधक अधिनियम, 1986—इस अधिनियम में अश्लीलता को परिभाषित करते हुये कहा गया है कि—"नारी आकृति का ऐसे रूप में चित्रण,

जिसमें उसके रूप, शरीर या किसी शारीरिक अंग का प्रदर्शन किया गया हो, और जिसका प्रभाव, अश्लील, भ्रष्ट, अप्रतिष्ठाजनक, शर्मनाक या जन-आचार को आघात पहुंचाने वाला हो तो वह अश्लील माना जायेगा। समाचार माध्यमों द्वारा अश्लील चित्रण पर प्रतिबंध लगाने के विषय में लोकमत बनाने के लिए विधि-आयोग द्वारा एक कार्यकारी प्रपत्र तैयार किया गया था जिसमें भारतीय दंड संहिता की धारा 292 से 294 तक अश्लीलता-विरोधी प्रावधान हैं। भारतीय दंड संहिता की धारा-292 के अंतर्गत कामुक हितों को पोषित करने वाली कोई भी पुस्तक, पुस्तिका, रेखाचित्र, चित्रांकन, लेख, प्रदर्शन, आकृति या ऐसी कोई अन्य वस्तु, अश्लील समझी जायेगी। 1969 में इसमें एक उपधारा जोड़ी गयी जिसके अनुसार, किसी भी अश्लील पुस्तक, कागज, रेखाचित्र, पेंटिंग, प्रदर्शन, आकृति आदि को बेचने, संग्रहित करने, वितरित करने, सार्वजनिक रूप से प्रकाशित करने के उद्देश्य से निर्माण करना तथा इस प्रकार की वस्तुओं का आयात-निर्यात भी अपराध है। इस अधिनियम के अनुसार, छिपे तौर पर अमर्यादित व अश्लील सामग्री का चित्रण करने वाला व्यक्ति भी दंड का पात्र है।

अश्लीलता निरोधक अधिनियम के अनुसार–

1. नारी शरीर (नग्न) या नारी के अंग-प्रत्यंग का सार्वजनिक प्रदर्शन दण्डनीय है।
2. नारी-पुरुष की किसी भी मैथुनिक-मुद्रा का निरूपण तथा मानव-प्रेम के प्राकृतिक व सहज संबंधों का सार्वजनिक प्रदर्शन भी दंडनीय है।
3. ऐसी किसी भी सामग्री का प्रकाशन-प्रसारण प्रतिबंधित है जो शर्मनाक, लज्जाजनक और भोग-विलासिता बढ़ाने वाली हो।

राजकीय चिह्न (अवैध प्रयोग निरोधक) एक्ट, 1950–इस अधिनियम के अनुसार :

1. संयुक्त राष्ट्र संघ, विश्व स्वास्थ्य संगठन, सेंट जॉन एम्बुलेंस एसोशिएशन ऑफ इंडिया, राष्ट्रपति, राज्यों के राज्यपाल, यूनेस्को, राज्य सरकार तथा उसके विभागों के नाम, प्रतीक चिह्न तथा मुहरों का उपयोग, किसी भी मुद्रित या दृश्य-श्रव्य माध्यम पर ही नहीं किया जा सकता।
2. छत्रपति शिवाजी, महात्मा गांधी, प्रधानमंत्री, राष्ट्रपति भवन, राजभवन, राष्ट्रीय झंडे तथा अशोक चक्र आदि के चिह्नों आदि का प्रयोग बिना केन्द्रीय सरकार की अनुमति के किसी व्यापारिक गतिविधि या व्यावसायिक प्रतीक चिह्न में नहीं किया जा सकता है।

यदि संवाददाता उपरोक्त कानूनों को ध्यान में रखते हुये *'स्टोरी'* पर काम करे तो वह कई प्रकार के अनावश्यक विवादों और कानून के शिकंजे से बच सकता है। ❑

6

परिशिष्ट (क)

पारिभाषिक शब्दावली

असाइनमेंट (Assignment) : यह अंग्रेजी शब्द है जिसका आशय ऐसे निर्देशों से है जो संपादक द्वारा संवाददाता को किसी समाचार के संकलन या लेखन के बारे में दिये जाते हैं।

असाइनमेंट-बुक (Assignment book) : संवाददाताओं के लिये निर्देश-पुस्तिका। किस संवाददाता को किस जगह, पत्रकार-सम्मेलन, गोष्ठी या किसी अन्य महत्वपूर्ण आयोजन में भेजा जाना है, इसका विवरण इस असाइनमेंट-बुक में दर्ज रहता है और यह सदैव संपादक की मेज पर रखी रहती है।

असाइनमेंट मैन (Assignment man) : ऐसा संवाददाता जो समाचार-संपादक के निर्देशानुसार सदैव कार्य करने के लिये उपलब्ध रहता है, असाइनमेंट मैन कहलाता है। इस संवाददाता को कभी भी, कहीं भी जाना पड़ सकता है।

आर्ट (Art) : पत्रकारिता में इस शब्द का आशय कला-पक्ष से है। पत्र-पत्रिकाओं में छपने वाले चित्र, रेखाचित्र, रूप-सज्जा, ले-आउट आदि पत्र के कला पक्ष के अंतरगर्त आते हैं।

ऑबिचुअरी (Obituary) : किसी मृत व्यक्ति के बारे में सूचना आदि देना, आबिचुअरी कहलाता है। इसे अधिकतर विज्ञापन के रूप में छापा जाता है।

ओवर मैटर (Over matter) : किसी संस्करण या अंक की आवश्यकता से अधिक सामग्री को 'ओवर मैटर' कहते हैं।

ऑफ दि रिकॉर्ड (Off the record) : किसी वक्ता द्वारा दिये गये वक्तव्य का वह अंश जो प्रकाशन के लिये नहीं होता है, उसे 'ऑफ दि रिकॉर्ड' कहते हैं। इसे किसी भी स्थिति में नहीं छापा जाना चाहिये अन्यथा पत्रकार की विश्वसनीयता समाप्त हो जायेगी।

ऑफ सेट (Off set) : यह पत्र-पत्रिका छापने की एक विधि है। इसे अप्रत्यक्ष विधि कहते हैं क्योंकि इस मुद्रण-प्रणाली में प्लेट की छाप एक सिलेंडर पर पड़ती है जिसे ब्लैंकेट-सिलेंडर कहते हैं। इस सिलेंडर से छाप कागज पर उतर आती है।

आल अप (All up) : अर्थात सभी कार्य पूरे या पूर्ण निष्पादित। इसका प्रयोग मुद्रण

विभाग द्वारा तब किया जाता है जब किसी समाचार-पत्र के एक संस्करण की सभी पाण्डुलिपियां कम्पोज कर ली जाती हैं।

ऑल इन हैंड (All in hand) : इस वाक्यांश का प्रयोग उस अवस्था में किया जाता है जब समाचार-पत्र के किसी एक संस्करण के लिये समूची सामग्री संपादकीय विभाग को मुद्रण के लिये भेज दी जाती है। इसके लिये 'पूर्व प्रेषित' शब्दों का प्रयोग किया जाता है।

इंडेन्ट (Indent) : पृष्ठ के एक या दोनों ओर हाशिया छोड़ना, इंडेन्ट कहलाता है। इससे पाण्डुलिपि में संशोधन करने के लिये स्थान मिल जाता है।

इन्टरव्यू (Interview) : यह साक्षात्कार या भेंटवार्ता का अंग्रेजी पर्याय है। इसमें किसी प्रमुख हस्ती के पास जाकर उससे प्रश्न पूछे जाते हैं और दिये गये उत्तरों के आधार पर समाचार तैयार किया जाता है।

इन्ट्रो (Intro) : समाचार या लेख का प्रारंभिक अनुच्छेद, जिसमें सम्पूर्ण समाचार या लेख का 'सार' होता है, इन्ट्रो कहलाता है। हिन्दी में इसे 'आमुख' या 'मुखड़ा' भी कहते हैं। इन्ट्रो को समाचार का प्राण कहा जाता है क्योंकि इसे पढ़कर ही सम्पूर्ण समाचार का भान हो जाता है।

इटैलिक (Italic) : तिरछा टाइप। लिखित सामग्री में किसी शब्द पर अतिरिक्त जोर देने के लिये अर्थात उसे उभारने के लिये शब्द को इटैलिक (तिरछे) में टाइप किया जाता है। यदि एक भाषा की लिपि में किसी दूसरी भाषा का कोई शब्द आता है तो उसे भी इटैलिक में ही टाइप किया जाना चाहिये।

उद्घोषक (Anoucer) : रेडियो अथवा टेलीविजन पर कार्यक्रम शुरू होने से पूर्व कार्यक्रम संबंधी या अन्य आवश्यक घोषणायें करने वाला व्यक्ति।

ए.एम./पी.एम. (A.M./P.M.) : रात्रि के 12 बजे के बाद के समय को ए.एम. कहा जाता है इसलिये समाचार-पत्र का प्रातःकालीन संस्करण ए.एम. कहलाता है। इसी प्रकार सांध्य पत्र (ईवनिंग पेपर) को पी.एम. कहा जाता है।

एक्सक्लूसिव (Exclusive) : यह अंग्रेजी शब्द है जिसका आशय ऐसे समाचार से है जिसके किसी अन्य समाचार-माध्यम पर प्रकाशन या प्रसारण की संभावना नहीं होती है।

एंकर (Anchor) : किसी टेलीविजन कार्यक्रम को संचालित करने वाला व्यक्ति।

एगोनी कॉलम (Agony Column) : इस कॉलम में व्यक्तिगत हानि, दुख या खेद, मृत्यु, शोक-सभा आदि की सूचनायें विज्ञापन के रूप में प्रकाशित करायी जाती हैं।

एड (AD, Add) : पत्रकारिता में 'एड' शब्द के दो अलग-अलग अर्थ हैं। एडवरटिजमेंट के संक्षिप्ताक्षर के रूप में 'AD' का प्रयोग होता है अर्थात विज्ञापन। 'Add' का अर्थ है—जोड़ो। जब पहले से लिखे समाचार में कोई अतिरिक्त सामग्री

जोड़नी होती है तो संपादकीय विभाग की ओर से 'Add' का निर्देश, कॉपी (पाण्डुलिपि) के एक कोने में लिख दिया जाता है।

एडवांस (Advance) : इस शब्द का प्रयोग समाचार या भाषण आदि की उस पाण्डुलिपि के लिये किया जाता है जिसे प्रकाशन के निर्धारित समय से पूर्व ही पत्र-पत्रिकाओं को दे दिया जाता है ताकि उसके प्रकाशन में विलम्ब न हो और वह समाचार सभी पत्र-पत्रिकाओं में एक साथ प्रकाशित हो सके। ऐसी सामग्री के ऊपर लिख दिया जाता है कि—"इसे समय से पूर्व प्रकाशित न करें।"

एन (En) : (Em) के आधे को 'एन' कहते हैं अर्थात एक एम में दो एन होते हैं।

ए.पी. (A.P.) : यह संक्षिप्ताक्षर, विश्व-विख्यात अमेरिकन समाचार एजेन्सी *'एसोसिएटेड प्रेस'* के लिये प्रयोग किया जाता है।

ए.बी.सी. (A.B.C.) : यह एक संस्था, *'ऑडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन'* का संक्षिप्त रूप है। इस संस्था का कार्य समाचार पत्र-पत्रिकाओं की प्रसार संख्या पर नजर रखकर, प्रसार-संख्या प्रमाणित करना होता है। ए.बी.सी. द्वारा दिया गया प्रमाणपत्र, सर्वाधिक प्रमाणिक और विश्वसनीय होता है। इसी प्रमाण-पत्र के आधार पर डी.ए.वी.पी., सरकारी विभाग और निजी कंपनियां, पत्र-पत्रिका के लिये विज्ञापन की दरें तय करती हैं।

एम्बार्गो (Embargo) : जब किसी समाचार के प्रकाशन के लिये कोई निश्चित दिनांक निर्धारित कर दी जाती है तो इस आदेश को एम्बार्गो कहते हैं।

एम (Em) : यह टाइप मापने की इकाई होती है। एक इंच में 6 एम होते हैं और 72 प्वाइण्ट का एक इंच होता है। इस प्रकार एक एम, 12 प्वाइण्ट के बराबर होता है।

एम.टी.एफ. (M.T.F.) : यह *'मोर टू फॉलो'* (more to follow) का संक्षिप्त रूप है जिसका अर्थ है—मैटर अभी आगे और आयेगा।

एल. सी. (L.C.) : यह *'लोअर केस'* अर्थात लघु अक्षर का संक्षिप्त रूप है।

क्रीड (Creed) : वह मशीन, जिसके द्वारा समाचार-समितियां अपने समाचार को विभिन्न समाचार-माध्यमों को भेजती हैं, क्रीड कहलाती है। इसके द्वारा भेजे गये समाचार, टेलीप्रिंटर द्वारा प्राप्त किये जाते हैं। क्रिया के रूप में इस शब्द का अर्थ होता है—टेलीप्रिंटर पर समाचार भेजना। टेलीप्रिंटर मशीन सर्वप्रथम 1901 में मैसर्स क्रीड कम्पनी लिमिटेड (इंग्लैंड) ने बनायी थी इसलिये इनका नाम क्रीड प्रचलित हो गया।

क्रेडिट लाइन (Credit line) : समाचार के ऊपर दिया जाने वाला समाचार-स्रोत का नाम, क्रेडिट लाइन कहलाता है।

क्रॉप (Crop) : किसी प्रकाशनीय चित्र को इधर-उधर से काट कर अपेक्षित आकार देने की प्रक्रिया 'क्रॉप' कहलाती है।

क्रॉस लाइन (Cross line) : एक पंक्ति के लघु शीर्षक को क्रॉस लाइन या क्रॉस हैड कहते हैं। इस प्रकार का शीर्षक एक कॉलम का होता है।

कट (Cut) : टेलीविजन या फिल्म आदि में एक शॉट से दूसरे शॉट की ओर जाने के लिये पिछला दृश्य *'कट'* किया जाता है। *'कट'* शब्द का उच्चारण कर निर्देशक या टेलीविजन-पत्रकार, कैमरामैन को चेतावनी देता है कि *'टेक'* के अंत में कैमरा रोक लो। गलत शॉट होने पर भी 'कट' कहकर कैमरा रोक लिया जाता है और *'री-टेक'* लिया जाता है। *'कट'* एक निश्चित समय और स्थान पर किया जाता है।

कटि शीर्षक (Top heading) : इस शीर्षक में तीन पंक्तियां होती हैं। पहली और तीसरी पंक्ति, पूरे कॉलम की चौड़ाई में लिखी जाती है जबकि दूसरी पंक्ति कॉलम के ठीक मध्य में रहती है।

कब (Cub) : पत्रकारिता के क्षेत्र में *'कब'* का प्रयोग नये संवाददाता के लिये किया जाता है अर्थात प्रशिक्षु या नौसिखिया संवाददाता *'कब'* कहलाता है।

कवर करना (To cover) : संवाददाता जब समाचार संकलन के लिये किसी आयोजन-स्थल या घटना-स्थल पर जाता है तो कहा जाता है कि वह *'कवर'* करने गया है। हिन्दी में इसके लिये 'समाचार-संकलन' का प्रयोग करते हैं।

किल (Kill) : कम्पोज की गयी अनावश्यक सामग्री को नष्ट करना *'किल'* करना कहलाता है।

केबलीज (Cablese) : संकेत भाषा—प्रेस तार में प्रयुक्त शब्दों का संक्षिप्त-रूप।

केस (Case) : टाइप का बक्सा, जिसमें एक ही माप (फोंट) के टाइप हों, केस कहलाता है।

कैरी ओवर (Carry over) : समाचार के शेषांश को अन्य पृष्ठ पर डालना।

कैप्स (Caps) : यह शब्द, अंग्रेजी भाषा के समाचार-पत्रों में *कैपिटल्स* (Capitals) या *कैपिटल लैटर्स* के संक्षिप्त अक्षर के रूप में प्रयोग किया जाता है। हिंदी में इसे 'दीर्घ मुहाक्षर' कहते हैं लेकिन हिन्दी पत्रों में भी आम बोलचाल की भाषा में कैप्स शब्द का ही प्रयोग किया जाता है।

कैप्शन (Caption) : चित्रों के शीर्षक, *कैप्शन* कहलाते हैं। ये चित्र के ऊपर, नीचे, दायें या बायें कहीं भी दिये जा सकते हैं वैसे समाचार-पत्रों में *कैप्शन*, परंपरागत रूप से चित्र के नीचे ही दिये जाते हैं।

कॉलम (Column) : यह हिन्दी शब्द 'स्तंभ' का अंग्रेजी पर्याय है। कॉलम लगभग दो-दो इंच के होते हैं लेकिन साप्ताहिकों, पाक्षिकों व मासिकों में कॉलमों के आकार घट-बढ़ सकते हैं।

कॉलम रूल (Column rule) : दो कॉलमों के बीच जो खड़ी लाइन होती है उसे *'कॉलम रूल'* कहते हैं।

कॉपी (Copy) : प्रेस में कंपोजिंग (टंकण) के लिये भेजी जाने वाली सामग्री की पांडुलिपि को *'कॉपी'* कहते हैं।

कॉपी होल्डर (Copy holder) : प्रूफ रीडर का सहायक कॉपी होल्डर कहलाता है। यह मूल कॉपी (पॉण्डुलिपि) पढ़ता जाता है और प्रूफ-रीडर गलतियों पर निशान लगाता जाता है।

कम्पोजिटर (Compositer) : छपाई के अक्षर (टाइप) हाथ से जोड़ने वाला कर्मचारी कम्पोजिटर कहलाता है। आजकल यह कार्य कम्प्यूटर द्वारा किया जाता है इसलिये कम्प्यूटर-ऑपरेटर को भी कम्पोजिटर कहते हैं।

क्लोज अप (Close up) : यह शब्द प्रूफ-संशोधन में प्रयोग होता है। इसका अर्थ होता है—पास लाना या बीच का अंतर समाप्त करना।

खोजी पत्रकारिता (Investigative Journalism) : खोजी शब्द अंग्रेजी के *'इंवेस्टीगेट'* शब्द का हिन्दी पर्याय है जिसका अर्थ है—अनुसंधान करना, छानबीन करना या जांच-पड़ताल करना। इस प्रकार छानबीन और जांच-पड़ताल पर टिकी पत्रकारिता ही खोजी पत्रकारिता कहलाती है। इसमें किसी घटना की तह में छिपे रहस्यों और तथ्यों को खोज कर तार्किक ढंग से उनका संयोजन कर सावधानीपूर्वक उनका प्रकाशन या प्रसारण किया जाता है।

गाइड लाइन (Guide line) : समाचार की मूल कॉपी (पाण्डुलिपि) पर पहचान के लिये एक-दो शब्द, दायीं ओर ऊपर की तरफ लिख दिये जाते हैं। इन्हीं निर्देशों को *गाइड-लाइन* कहते हैं।

ग्रीन प्रूफ (Green proof) : गलतियों से भरे हुये प्रूफ को *ग्रीन प्रूफ* कहते हैं।

घोस्ट लेखक (Ghost writer) : ऐसा लेखक या पत्रकार जो अपने वास्तविक नाम के स्थान पर किसी काल्पनिक नाम से पत्र-पत्रिकाओं के लिये लिखता है, घोस्ट लेखक कहलाता है। कुछ बड़ी पत्र-पत्रिकाओं में उनके नियमित पत्रकारों के लिये किसी अन्य पत्र-पत्रिका में लिखना प्रतिबंधित होता है। ऐसी पत्र-पत्रिकाओं के कुछ पत्रकार, घोस्ट लेखक के रूप में दूसरी पत्र-पत्रिकाओं के लिये लिखते हैं।

चेस (Chase) : लोहे का वह चौकोर फ्रेम जिसके भीतर समाचारों, लेखों आदि को रखकर समाचार बनाते हैं, चेस कहलाता है और इसके भीतर की सामग्री को फर्मा कहते हैं।

जन-माध्यम (Mass media) : ये जनसंचार-माध्यम हैं (mass media), जिन्हें संक्षेप में केवल मीडिया कह दिया जाता है। आज *'मीडिया'* शब्द संपूर्ण पत्रकारिता के लिये प्रयुक्त होने लगा है। शब्दार्थ की दृष्टि से जन-माध्यम का अर्थ है—"बड़ी संख्या में लोगों के साथ संप्रेषण का मुख्य साधन या माध्यम; विशेष रूप से टेलीविजन, रेडियो और समाचार-पत्र।

जन संचार (Mass Communication) : यह अंग्रेजी के *'मास कम्युनिकेशन'* या

'मास मीडिया' का प्रचलित हिन्दी पर्याय है। इसमें 'जन' का अर्थ बड़ी संख्या में एकत्रित लोगों (भीड़) से है जिनकी प्रकृति विषम होती है। इस शब्द में 'जन' को एक विशेषण के रूप में लिया जा सकता है। इस प्रकार जन संचार की प्रक्रिया बड़े पैमाने पर होती है तो वह जन संचार कहलाता है। दूसरे शब्दों में, जब हम किसी भाव, विचार या जानकारी को दूसरों तक पहुंचाते हैं और यह प्रक्रिया सामूहिक तौर पर होती है तो इसे 'जन संचार' कहते हैं। जनसंचार का उद्देश्य, विचारों या जानकारी को समाज के उन सभी लोगों तक पहुंचाना होता है, जो इनसे संबंध रखते या जिन तक यह जानकारी पहुंचाना आवश्यक हो।

जनसंपर्क (Public relation) : अर्थात जनता से संपर्क, बड़ी-बड़ी कंपनियां और विभाग आदि इस कार्य के लिये जनसंपर्क अधिकारियों की नियुक्ति करते हैं।

जर्नोलॉजी (पत्रकारिता-विज्ञान) (Journology) : पत्रकारिता की व्यापकता और प्रभाव-क्षेत्र अत्यंत विस्तृत हो चुका है। इसे एक स्वतंत्र ज्ञान-शाखा मान लिया गया है। प्रयोग, अध्ययन, अनुसंधान और विश्लेषण-वैशिष्टय की दृष्टि से युक्त इस ज्ञान-शाखा को *जर्नोलॉजी* (Journology) या पत्रकारिता-विज्ञान कहा जाता है। सरल शब्दों में, *जर्नोलॉजी,* पत्रकारिता का विज्ञान है। यह एक नई ज्ञान शाखा है, जिसके अंतर्गत पत्रकारिता के सभी पक्ष समाहित हैं।

जस्टीफाई (Justify) : यह मुद्रण संबंधी शब्द है जिसका अर्थ है—शब्दों या पंक्तियों को निर्धारित लंबाई तक ले जाना। *लैटर-प्रेस* में इसके लिये पंक्तियों के बीच में लैड और शब्दों के बीच में स्पेस डाला जाता है। आजकल कम्प्यूटर कंपोजिंग में मात्र एक *कमाण्ड* द्वारा ही पंक्ति को इच्छित आकार में *'जस्टीफाई'* कर दिया जाता है।

जिम डैश (Jim dash) : तीन एम या आधे इंच के छोटे डैश को जिम डैश कहते हैं।

जम्प (Jump) : समाचार के एक हिस्से को एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ पर ले जाने की क्रिया को *'जम्प'* कहते हैं। जम्प कराने के बाद पहले हिस्से के अंत में लिख दिया जाता है कि—"**....शेष अगले पृष्ठ पर।**"

डैक (Deck) : शीर्षक का दूसरा या तीसरा भाग जो पहले खण्ड की पुष्टि करता है, डैक कहलाता है। यह भाग अन्य विवरण देता है।

डेट लाइन (Date line) : समाचार की सबसे पहली पंक्ति जिसमें दिनांक और माह का प्रयोग होता है, *'डेट लाइन'* कहलाती है। इसमें वर्ष नहीं लिखा जाता है। उदाहरणार्थ : गाजियाबाद, 8 फरवरी (भाषा)

डेड (Dead) : ऐसे समाचार, जिन्हें कम्पोज करने के बावजूद प्रयोग में नहीं लाते, डेड समाचार कहलाते हैं। इसका आशय रद्दी समाचारों से है।

डेड लाइन (Dead line) : इसका आशय ऐसे निश्चित समय से है जिसके बाद

कोई समाचार प्रेस में छपने के लिये नहीं भेजा जा सकता। इस समय-सीमा का उल्लंघन करने पर प्रकाशन में देरी हो सकती है। वास्तव में यह पत्रकारिता में लिखने की लक्ष्मण रेखा है और दैनिक पत्रों के लिये यह अत्यंत महत्वपूर्ण है।

डोप (Dope) : मूल सामग्री या जानकारी जिसका प्रयोग पत्रकार समाचार लिखने में करते हैं। इसे पृष्ठभूमि सामग्री भी कह सकते हैं।

डबलेट (Doublet) : जब भूलवश किसी समाचार को एकाधिक स्थानों पर छाप दिया जाता है तो उसे *डबलेट* कहते हैं।

डमी (Dummy) : पत्र या पत्रिका के एक फर्मे के पूर्ण आकार को *डमी* की संज्ञा दी जाती है। *डमी* पर विभिन्न समाचारों, चित्रों तथा विज्ञापन आदि की स्थिति का पृष्ठानुसार संकेत दिया जाता है। इसे *'फाइल कॉपी'* या *'ले-आउट'* भी कहते हैं। वास्तव में यह पत्र-पत्रिका की एक छोटी रूपरेखा ही होती है।

डिलीट (Delete) : यह प्रूफ-संशोधन का शब्द है जिसका अर्थ है हटाना या निकालना। प्रूफ-संशोधन के समय उपसंपादक कॉपी पर अंग्रेजी भाषा का *'डी'* अक्षर लिख देते हैं।

डैश (Dash) : एक छोटी सी सीधी रेखा, जो शीर्षक के विभिन्न खण्डों को एक-दूसरे से अलग करने में प्रयुक्त की जाती है। इसे *जिम-डैश* भी कहते हैं।

डिस्ट्रीब्यूट (Distribute) : कम्पोज हुये मैटर को तोड़कर अक्षरानुसार उन्हें पुनः केस में डालना, डिस्ट्रीब्यूटर करना कहलाता है।

टॉप (Top) : एक कॉलम वाला मोटा शीर्षक टॉप कहलाता है।

टॉम्ब स्टोन (Tomb stone) : जब एक ही आकार के दो या दो से अधिक शीर्षक, पास-पास छप जाते हैं तो उन्हें *'टॉम्ब स्टोन'* कहते हैं। इनके कारण *ले-आउट* (पृष्ठ-सज्जा) खराब हो जाता है।

टेलीविजन-पत्रकारिता (T.V. Journalism) : टेलीविजन के माध्यम से की जाने वाली पत्रकारिता ही टेलीविजन पत्रकारिता कहलाती है। टेलीविजन द्वारा समाचार और सूचनायें, व्यापक जन-समुदाय तक अत्यंत तीव्र गति से, दृश्यों और आवाज दोनों से युक्त होकर एकसाथ पहुंचते हैं।

थर्टी (Thirty) : रोमन लिपि के तीन एक्सों (xxx) को *'थर्टी'* कहते हैं। यह एक संकेताक्षर है जिसका अर्थ है—सामग्री समाप्त हो चुकी है। इसे पाण्डुलिपि के अंतिम पृष्ठ के सबसे अंत में बनाया जाता है।

नोज फॉर न्यूज (Nose for news) : समाचार को सूंघने की शक्ति या समाचार के महत्व का बोध, *'नोज फॉर न्यूज'* कहलाता है।

नॉक अप (Knock up) : बहुत कम सूचना तथा विवरण प्राप्त होने पर भी किसी समाचार को पूर्ण कुशलता से लिख देना, *'नॉक-अप'* कहलाता है।

नॉक डाउन (Knock down) : उप-संपादक द्वारा संपादन की प्रक्रिया के दौरान

किसी समाचार को काट-छांट कर छोटा कर देना अथवा संवाददाता द्वारा समाचार के तथ्यों का खंडन करना *'नॉक डाउन'* कहलाता है।

नई पत्रकारिता (New Journalism) : इसका आशय प्रसारण पत्रकारिता अर्थात *'इलैक्ट्रॉनिक-जर्नलिज्म'* से है। सूचना-विस्फोट के इस युग में *'इलैक्ट्रॉनिक जर्नलिज्म'* के रूप में नामित 'नई पत्रकारिता' वस्तुतः अभिव्यक्ति का एक संपूर्ण विज्ञान है।

न्यूज सेंस (News sense) : पत्रकार का वह गुण, जिसके कारण वह 'समाचार' और 'गैर-समाचार' में भेद कर पाता है। हिन्दी में इसका शाब्दिक अर्थ 'समाचार बोध' है लेकिन पत्रकारिता की भाषा में अधिकतर, *'न्यूज-सेंस'* शब्द का प्रयोग ही किया जाता है।

प्रूफ रीडर (Proof reader) : कॉपी को पढ़कर उसे संशोधित करने वाला व्यक्ति *'प्रूफ रीडर'* कहलाता है। किसी शंका के समाधान हेतु यह मूल पाण्डुलिपि से मिलान करता है। इसकी सहायता के लिये एक सहायक *(कॉपी होल्डर)* भी होता है।

पाईका (Pica) : 12 प्वाइण्ट के टाइप को *'पाईका'* कहते हैं।

पीरियड (Period) : पत्रकारिता शब्दावली में यह शब्द पूर्णविराम के लिये प्रयुक्त होता है।

प्ले अप (Play up) : किसी समाचार को अधिक महत्वपूर्ण तरीके से प्रकाशित करना 'प्ले अप' कहलाता है। इसके लिये *बॉक्स, रूल, स्क्रीन, बोल्ड* या *इटैलिक* अक्षरों आदि का प्रयोग किया जाता है।

प्वाइण्ट (Point) : छपाई के आकार को प्वाइण्टों में मापा जाता है। ढाई सेंटीमीटर (एक इन्च) में 72 *प्वाइंट* गिने जाते हैं। साधारण छपाई के *प्वाइंट* को *पाईका* (12 प्वाइंट) कहते हैं। महत्वपूर्ण समाचारों में इसी *प्वाइंट* का प्रयोग करते हैं। साधारण समाचारों के लिये 9 प्वाइंट और शीर्षकों के लिये 20 या 24 *प्वाइंट* का प्रयोग करते हैं। पोस्टर आदि में आवश्यकतानुसार और भी बड़े प्वाइंट का प्रयोग कर सकते हैं।

प्ले डाउन (Play down) : इसे *'प्ले अप'* के उल्टे अर्थ में प्रयुक्त किया जाता है अर्थात किसी महत्वपूर्ण समाचार को साधारण तरीके से प्रकाशित करना।

फीचर (Feature) : पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित वे विशिष्ट लेख जो लेख मात्र न होकर पाठकों को प्रफुल्लित करने वाले भी होते हैं, *फीचर* या रूपक कहलाते हैं। ये मात्र तथ्यपरक और सूचनात्मक न होकर मानवीय संवेदनाओं से भी परिपूर्ण होते हैं।

फिलर (Filler) : पूरक सामग्री, *फिलर* कहलाती है। कुछ सामग्री ऐसी होती है जिसे कभी भी प्रकाशित किया जा सकता है। इस प्रकार की सामग्री को खाली समय

में *कम्पोज* करके रख लिया जाता है और आवश्यकता पड़ने पर (पृष्ठ पर सामग्री की कमी होने पर) इस *फिलर* सामग्री का प्रयोग कर लिया जाता है। इसका शाब्दिक अर्थ है—भरने वाला।

फ्लैश (Flash) : महत्वपूर्ण समाचारों के बारे में तुरंत, संक्षिप्त रूप से प्राप्त सूचना *फ्लैश* कहलाती है। समाचार-समितियों को जब कोई महत्वपूर्ण घटना की जानकारी प्राप्त होती है तो वह इसकी संक्षिप्त सूचना *'फ्लैश-फ्लैश-फ्लैश'* लिखकर भेज देते हैं ताकि समाचार माध्यम तुरंत उसका उपयोग कर सकें। घटना का पूर्ण विवरण बाद में भेजा जाता है।

फ्रीलांसर (Freelancer) : यह *'फ्रीलांस'* शब्द से बना है जिसका अर्थ होता है—स्वतंत्र। पत्रकारिता में *फ्रीलांसर* शब्द का प्रयोग ऐसे पत्रकारों या लेखकों के लिये किया जाता है जो स्वतंत्र रूप से अपना कार्य करते हैं। *फ्रीलांसर* किसी पत्र-पत्रिका का नियमित या पूर्णकालिक पत्रकार नहीं होता है अपितु इसे प्रकाशित लेखादि के आधार पर पारिश्रमिक मिलता है। हिन्दी में *फ्रीलांसर* को स्वतंत्र लेखक या स्वतंत्र पत्रकार कहते हैं।

फोलियो (Folio) : पत्र-पत्रिकाओं और पुस्तकों की पृष्ठ संख्या और उसके साथ जाने वाला अध्याय तथा पुस्तक का नाम, *फोलियो* कहलाता है।

फुल लाइन (Full line) : ऐसा शीर्षक, जिसमें तीनों पंक्तियां बराबर की होती हैं और एक कॉलम रेखा से दूसरी कॉलम रेखा तक फैलाकर लिखी जाती हैं, *फुल लाइन* कहलाता है।

फॉलो अप (Follow-up) : गत दिवस प्रकाशित या प्रसारित समाचार की नवीन और विस्तृता सूचना जो अगले दिन प्रकाशित या प्रसारित होती है। वास्तव में ये पिछले समाचारों का नवीनतम विवरण होता है। हिन्दी में इसे 'समाचारों का अनुवर्तन' कहते हैं।

फोल्ड (Fold) : समाचार-पत्र का मोड़, जहां से उसकी तह की जाती है, *फोल्ड* कहलाता है।

फेस (Face) : टाइप के मुखड़े की बनावट जैसे सफेद, *बोल्ड, इटैलिक, बोल्ड-इटैलिक* आदि।

फ्री-लान्सर (Freelancer) : स्वतंत्र-पत्रकार के लिये पत्रकारिता में इस शब्द का प्रयोग किया जाता है। ऐसे पत्रकार किसी पत्र-पत्रिका के नियमित कर्मचारी नहीं होते हैं बल्कि पारिश्रमिक लेकर लेख आदि लिखते हैं।

फ्यूज (Fudge) : यह शब्द छपाई से संबंधित है। समाचार-पत्रों में रोटरी मशीनों में देर से प्राप्त समाचारों को सम्मिलित करने के लिये एक विशेष व्यवस्था होती है। इसमें देर से प्राप्त समाचारों की एक अलग से छोटी प्लेट बना ली जाती है जिसे रोटरी मशीन में एक विशेष स्थान पर लगा दिया जाता है। इसी छोटी

प्लेट को *फ्यूज* कहते हैं।

फुट एंड फ्रंट (Foot and front) : जिन दो पायों (पैरों) पर टाइप खड़ा रहता है उन्हें 'फुट' तथा टाइप की बाडी के सामने के हिस्से को जिसमें खांचा भरा रहता है, 'फ्रंट' कहते हैं।

फोटो-पत्रकारिता (Photo Journalism) : इसमें चित्रों के द्वारा समाचार, सूचना आदि प्रेषित की जाती है। यह पत्रकारिता की काफी महत्वपूर्ण विधा है क्योंकि कहा जाता है कि एक चित्र, हजार शब्दों से भी अधिक शक्तिशाली होता है। आजकल टेलीविजन पत्रकारिता करने वाले पत्रकार भी फोटो-पत्रकार कहलाते हैं। चित्रों के साथ उनके शीर्षक (कैप्शन) देने में अत्याधिक सावधानी बरतनी चाहिये।

बैक रूम (Back room) : छोटे समाचार-पत्रों की छपाई की मशीनें जिस कक्ष में रखी जाती हैं उसे *बैक रूम* कहते हैं। बड़े समाचार पत्रों में इस तरह के कक्ष, *बैक शॉप* कहलाते हैं।

बैंक (Bank) : शीर्षक का दूसरा या तीसरा भाग जो पहले भाग की पुष्टि करता है।

बीट (Beat) : संवाददाता को समाचार-संकलन हेतु दिया गया क्षेत्र-विशेष। जैसे—शिक्षा बीट, राजनीतिक बीट, सांस्कृतिक बीट आदि।

बी.एफ. (B.F.) : यह Bold face का संक्षिप्त रूप है, जिसका अर्थ है मोटे आकार का टाईप। 10 *प्वाइंट* आकार का काले रूप वाला टाईप, बोल्ड फेस कहलाता है।

बैनर (Banner) : समाचार-पत्र के प्रथम पृष्ठ पर जो सबसे बड़ा शीर्षक पूरी चौड़ाई में होता है उसे बैनर कहते हैं। इसे पट्टी के नीचे सबसे मोटे टाइप में दिया जाता है। यहां ध्यान देने योग्य बात यह है कि यदि समाचार-पत्र के भीतरी पृष्ठों पर पूरी चौड़ाई में कोई शीर्षक दिया जाये तो उसे बैनर नहीं कहेंगे। हिन्दी में इसका पर्याय 'पताका' है।

बॉर्डर (Border) : बॉक्स तथा विज्ञापन को घेरने वाली रूलें (पंक्तियां), बॉर्डर कहलाती हैं।

बाई लाइन (By-line) : समाचार के ऊपर (प्रारंभ में) दिया जाने वाला संवाददाता (पत्रकार) का नाम।

बॉक्स (Box) : समाचार को उभारने के लिये उसे रूलों से घेर देना। समाचारों के मध्य कई बार छोटे किंतु महत्वपूर्ण समाचार चारों तरफ से रेखाओं से घिरे होते हैं। चूंकि ये दिखने में सन्दूकनुमा होते हैं इसलिये इन्हें बॉक्स कहते हैं। बॉक्स में प्रायः चुटीले, रोचक या हास्यास्पद समाचार दिये जाते हैं।

बहुमाध्यम (Multimedia) : यह कई आधुनिक इलैक्ट्रॉनिक उपकरणों का समुच्चय है जो जनमाध्यमों के लिये एक साधन का कार्य करता है। *मल्टीमीडिया,*

संप्रेषण के विभिन्न माध्यमों (श्रव्य, दृष्य, ग्राफ, टेक्स्ट आदि) का संयोजन करके सूचना को प्रभावोत्पादक ढंग से व्यक्त करता है। जनमाध्यम और बहुमाध्यम, दो बिल्कुल अलग-अलग चीजें हैं। प्रसारण-पत्रकारिता विशेषरूप से टेलीविजन-पत्रकारिता में *'मल्टीमीडिया'* का जमकर प्रयोग किया जाता है।

बुल डॉग (Bul dog) : समाचार-पत्र का प्रथम संस्करण या महत्वपूर्ण संस्करण, *बुल डॉग* कहलाता है। विशेष रूप से प्रभात-संस्करण *बुल डॉग* कहलाते हैं।

ब्लो अप (Blow-up) : किसी चित्र अथवा मुद्रित सामग्री को बढ़ाना।

ब्रीफ (Brief) : यह शब्द प्रायः संक्षिप्त समाचारों के लिये प्रयोग किया जाता है। संवाददाता सम्मेलन में आयोजक द्वारा बोलना भी, ब्रीफ करना कहलाता है।

मेक-अप (Make-up) : पत्र-पत्रिका में समाचारों, चित्रों, विज्ञापनों तथा अन्य सामग्री को इस प्रकार रखना (लगाना) कि पृष्ठ आकर्षक बन जाये, मेक-अप करना कहलाता है। इसे *ले-आउट* बनाना भी कहते हैं।

मुद्रण माध्यम (Print media) : इसके अंतर्गत समाचार-पत्र, पत्रिकायें, *जर्नल* पुस्तकें इत्यादि छपे शब्दों के माध्यम आते हैं। ये लिखित माध्यम आज के 'इलैक्ट्रानिक युग' में भी अन्य आधुनिक जन-संचार माध्यमों की अपेक्षा अधिक विश्वसनीयता रखते हैं।

मनोरंजनपरक पत्रकारिता (Entertainment Jouranlism) : इस प्रकार की पत्रकारिता, मनोरंजन-उन्मुख होती है अर्थात उसका उद्देश्य पाठकों-दर्शकों का मनोरंजन करना होता है। यह आवश्यक नहीं है कि केवल फिल्मी दुनिया के समाचार ही मनोरंजनपरक हों, दैनिक जीवन की बहुत-सी घटनायें रोचक ढंग से प्रस्तुत कर मनोरंजक बनायी जा सकती हैं।

मोर (More) : पाण्डुलिपि के प्रत्येक पृष्ठ पर सबसे नीचे 'मोर' लिखने का अर्थ है कि मैटर अभी समाप्त नहीं हुआ है अर्थात अगले पृष्ठ पर भी मैटर है।

मस्ट (Must) : यह निर्देश समाचार-संपादक द्वारा समाचार की पाण्डुलिपि पर लिखा जाता है जिसका अर्थ होता है कि समाचार, उसी दिन के पत्र में छपना है।

मास्ट हैड (Mast head) : इसके अंतर्गत प्रकाशक, मुद्रक और संपादक का नाम, एक ब्लाक में समाचार पत्र के अंतिम पृष्ठ पर दिया जाता है। वैसे इसे अन्यत्र भी दिया जा सकता है।

रेडियो-पत्रकारिता (Radio Journaslim) : रेडियो के माध्यम से की जाने वाली पत्रकारिता ही रेडियो-पत्रकारिता कहलाती है। पत्रकारिता, रेडियो के माध्यम से शिक्षा, सामाजिक जागरूकता, सामाजिक परिवर्तन और स्वस्थ्य मनोरंजन के क्षेत्र में बेहद प्रभावशाली और महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। रेडियो पर पत्रकारिता या प्रसारण की अग्रलिखित विधायें हो सकती हैं—समाचार, फीचर, वार्ता, साक्षात्कार, *डॉक्यूमेंटरी* (वृत्त चित्र) पत्रिका, विचार गोष्ठी, आंखों देखा हाल,

नाटक, कहानी, काव्य पाठ, कवि-सम्मेलन, *न्यूज-रील,* रेडियो रिपोर्ट आदि।

रोटरी (Rotary) : पत्र-पत्रिका छापने की बड़ी मशीन *'रोटरी'* कहलाती है। यह एक घंटे में 50,000 प्रतियां तक छाप सकती है। बड़ी संख्या में छपने वाली बड़ी पत्र-पत्रिकायें, रोटरी मशीन पर ही छापी जाती हैं।

रन-ओवर (Run-over) : शेष सामग्री को एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ पर ले जाना, *'रन ओवर'* कहलाता है। इसके लिये एक दूसरा शब्द *'जम्पिंग'* भी है।

रन ऑन (Run-on) : यह संशोधन संबंधी शब्द है जिसका अर्थ है—जारी रखिये, पैरा न बनाइये।

रनिंग स्टोरी (Running story) : कई अंकों में लगातार प्रकाशित होने वाला धारावाहिक समाचार विवरण। कई खण्डों में छापे गये समाचार-विवरण, *रनिंग स्टोरी* कहलाते हैं।

रिबन (Ribbon) : समाचार-पत्र के मध्य सम्पूर्ण पृष्ठ पर पहला बड़ा शीर्षक, *रिबन* कहलाता है। इसे *'बैनर'* या *'स्ट्रीमर'* भी कहते हैं।

रोमन (Roman) : सीधे अक्षर, रोमन अक्षर कहलाते हैं।

रिलीज (Release) : किसी संस्था, कंपनी, विभाग या कार्यालय द्वारा प्रेस को प्रकाशनार्थ या प्रसारण हेतु दी गयी लिखित सूचना, विज्ञप्ति या वक्तव्य, *रिलीज* कहलाती है।

रिवर्स ब्लॉक (Reverse block) : रेखा ब्लॉक में रेखायें काली और पृष्ठभूमि सफेद होती है। किंतु जब रेखा ब्लॉक में रेखायें सफेद और पृष्ठभूमि काली रखी जाती है तो उस ब्लॉक को *रिवर्स ब्लॉक* कहते हैं।

रश (Rush) : जब किसी समाचार या पाण्डुलिपि पर संपादक की ओर से *'रश'* शब्द लिख दिया जाता है तो उसका अर्थ होता है कि उस समाचार या लेख को शीघ्र छापिये।

लाइनेज (Lineage) : संवाददाताओं को प्रकाशित समाचार की पंक्तियों के आधार पर जो पारिश्रमिक दिया जाता है उसे *लाइनेज* कहते हैं।

लिफ्ट (Lift) : एक संस्करण की प्रकाशित सामग्री को दूसरे संस्करण में ले जाना या किसी अन्य पत्र-पत्रिका में छपे समाचार के आधार पर समाचार तैयार करना।

लीड (Lead) : प्रथम (मुख) पृष्ठ का सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचार, *लीड* कहलाता है। इसे सामान्यतः समाचार-पत्र के मुख पृष्ठ पर ऊपर की ओर बायीं तरफ स्थान दिया जाता है।

लेट न्यूज (Late news) : पत्र-पत्रिका के छपने की प्रक्रिया के दौरान जो महत्वपूर्ण समाचार प्राप्त होता है उसे *'लेट न्यूज'* कहते हैं। किसी कम महत्वपूर्ण समाचार को हटाकर ऐसे समाचार को लगा दिया जाता है। हिन्दी में इसके लिये 'छपते-छपते' शब्द-युग्म का प्रयोग किया जाता है।

लेपेल्ल (Lapel) : यह एक अति-सूक्ष्म *माइक्रोफोन* (ध्वनि यंत्र) होता है जिसे कॉलर, कमीज के बटन-होल या जेब आदि में पेन की तरह लगाया जाता है। प्रसारण पत्रकारिता (रेडियो या टेलीविजन) में इस प्रकार के सूक्ष्म माइक्रोफोनों का ही प्रयोग किया जाता है। समाचार-वाचक/वाचिका या उद्घोषिका भी *'लेपेल'* का प्रयोग करती हैं।

लेबल हैड (Lable head) : नीरस शीर्षक को *लेबल हैड* कहते हैं।

लैग मैन (Leg man) : ऐसा संवाददाता, जो समूचे शहर या क्षेत्र में घूम-घूमकर समाचारों का संकलन करता है और फिर संकलित समाचारों को टेलीफोन द्वारा संपादकीय विभाग में लिखवा देता है, *लैग-मैन* कहलाता है। बड़े-बड़े समाचार पत्र ही *'लैग-मैन'* रखते हैं।

वर्गीकृत विज्ञापन (Classified advertisement) : ऐसे विज्ञापन जो अलग-अलग वर्गों के अंतर्गत छपते हैं, वर्गीकृत विज्ञापन कहलाते हैं। जैसे—आवश्यकता है, चाहिये, बिकाऊ है, वैवाहिक, व्यापार संबंधी, शिक्षा संबंधी आदि।

विकास पत्रकारिता (Development journalism) : विकास-पत्रकारिता, विकास पर केन्द्रित होती है। विकास चाहे समाज का हो या राष्ट्र का। औषधि, विज्ञान, उद्योग, अनुसंधान तथा अन्य क्षेत्रों से संबंधित विकास इस प्रकार की पत्रकारिता के अंतर्गत आता है।

विलोम स्तूपी (Inverted pyramid) **शीर्षक** : वह शीर्षक जिसमें पहली पंक्ति सारे कॉलम की चौड़ाई में होती है और दूसरी व तीसरी पंक्तियों में क्रमशः दोनों तरफ और अधिक स्थान छोड़ा जाता है। इस प्रकार के शीर्षक का सबसे अधिक प्रयोग होता है।

व्याख्यात्मक पत्रकारिता (Descriptive journalism) : यह ऐसी पद्धति का प्रयोग करने वाली पत्रकारिता है, जिसमें तथ्यों की व्याख्या पर बल रहता है। वस्तुतः इसका अर्थ, समझाना, अर्थ लगाना या प्रतिपादित करने से है।

शेड्यूल (Schedule) : महत्वपूर्ण समाचारों की सूची।

शूटिंग (Shooting) : फिल्म या टेलीविजन के लिये कार्यक्रमों का निर्माण करना। कैमरे के द्वारा दृश्यों, पात्रों की *रिकार्डिंग* (छायांकन)।

शॉर्ट (Short) : संक्षिप्त समाचार, *'शॉर्ट'* कहलाते हैं।

शॉट (Shot) : कैमरे से बिना रूके एक बार में उतारी गयी फिल्म का टुकड़ा। शॉट अग्रलिखित प्रकारों के हो सकते हैं—*मीडियम शॉट* (पात्र को सिर से टखनों तक दिखाना), *मिड शॉट* (पात्र को सिर से हाथों की लंबाई या कमर तक दिखाना), *मीडियम क्लोज-अप* (सिर से कंधे तक), *क्लोज-अप* (सिर से गर्दन तक), *बिग क्लोज-अप* (चेहरे की विभिन्न भाव-भंगिमाओं, होंठ या आंख आदि को दिखाना) और *प्रोफाइल शॉट* (इसमें पात्र के चेहरे का एक

रूख या साइड ही दिखायी जाती है)।

श्रव्य जनसंचार-माध्यम (Audiomass media) : इसका आशय ऐसे माध्यम से है जिसे सुना जा सके अर्थात जिसका श्रवण किया जा सके। रेडियो इसी प्रकार का माध्यम है। इस प्रकार रेडियो को पत्रकारिता की दृष्टि से **'श्रव्य समाचार-पत्र'** कह सकते हैं क्योंकि यह माध्यम, समाचारों-सूचनाओं को आकाश में प्रसारित कर सुनाता है। यह माध्यम (रेडियो), श्रवणेन्द्रियों के जरिए सारी दुनिया को श्रोता के निकट समेट देता है। जहां मुद्रण-माध्यम नहीं पहुंच सकते, ऐसे दुर्गम क्षेत्रों में भी इस माध्यम की पहुंच होती है।

श्रव्य-दृश्य माध्यम (Visual mass media) : फिल्म, टेलीविजन तथा वीडियो। इस प्रकार के माध्यमों में **'सुनने'** के साथ-साथ हम **'देख'** भी सकते हैं। टेलीविजन की व्यापक पहुंच और अद्‌भुत प्रभावोत्पादकता के कारण टेलीविजन पत्रकारिता आज सर्वाधिक लोकप्रिय विधा बन गयी है।

संचार (Communication) : इसका शाब्दिक अर्थ 'चलना' है। यह संस्कृत भाषा का शब्द है जो 'चर' धातु से बना है। सामान्यतः 'संचार' शब्द को किसी बात को आगे बढ़ाने, फैलाने या चलाने के अर्थ में ग्रहण किया जाता है। वास्तव में यह अंग्रेजी के Communication *(कम्यूनिकेशन)* का हिंदी पर्याय या रूपांतर है।

सरकस मेक-अप (Circus make-up) : पृष्ठ-सज्जा के सभी मान्य सिद्धांतों के विपरीत मोटे, बारीक, आड़े-तिरछे टाइपों, लाइनों, चित्रों और छोटे-बड़े शीर्षकों से पृष्ठ की अनोखे रूप में सज्जा।

संवाददाता (Correspondent) : समाचार-पत्र या पत्रिका के लिये समाचार संकलित करके उन्हें प्रेषित करने वाला पत्रकार। ये कई प्रकार के हो सकते हैं, जैसे—कार्यालय संवाददाता, विशेष संवाददाता आदि।

सेंसर (Censor) : समाचार-पत्रों में प्रकाशन योग्य सामग्री की जांच।

सेन्टर स्प्रेड (Centre spread) : मध्य पृष्ठों पर फैले चित्र या लेख को 'सेन्टर स्प्रेड' कहते हैं। हिन्दी में इसके लिये 'मध्य पृष्ठीय सज्जा' शब्द युग्म का प्रयोग किया जाता है।

सोपानी शीर्षक (Stepped or dropline) : इस शीर्षक की बनावट सीढ़ियों जैसी होती है। पहली पंक्ति बायीं कॉलम-रेखा की ओर से शुरू होती है और दायीं ओर जगह खाली रहती है। दूसरी व तीसरी पंक्तियों की लम्बाई बायीं ओर से हटकर दायीं ओर बढ़ती जाती है। इसके ठीक विपरीत विलोम-सोपानी शीर्षक होता है जिसमें तीनों पंक्तियां बायीं कॉलम-रेखा से शुरू होकर दायीं ओर अधिक रिक्त-स्थान छोड़ती हैं।

सिंडीकेट (Syndicate) : वह संस्था जो पत्र-पत्रिकाओं के लिये लेख, फीचर और

पृष्ठभूमि-सामग्री तैयार करती है, सिंडीकेट कहलाती है। हिन्दी में इसके लिये 'भिअषद्' शब्द है लेकिन *सिंडीकेट शब्द* ही अधिक लोकप्रिय है।

सी कॉपी (See copy) : यह संशोधन का एक शब्द है जिसका अर्थ है—**'मूल प्रति देखिये'** अथवा **'मूल प्रति से मिलान कीजिये'**।

स्कूप (Scoop) : अपने आप में अनूठी खबरें, *स्कूप* कहलाती हैं। पाठक इन्हें चटखारे लेकर पढ़ते हैं।

स्टोन (Stone) : प्रेस में रखी एक बड़ी मेज जिस पर कम्पोज हुये मैटर को रखकर पेज बनाये जाते हैं।

स्टोरी (Story) : जो समाचार या आईटम, छापने या प्रसारण हेतु तैयार किया जाता है उसे *'स्टोरी'* कहते हैं। पत्रकारिता की भाषा में स्टोरी का अर्थ 'कहानी' कदापि नहीं होता है।

स्टैट (Stet) : यह संशोधन का शब्द है जिसका अर्थ है—**काटी गयी सामग्री को ज्यों-का-त्यों रहने दें।** अक्सर संपादन या प्रूफ-संशोधन के समय कुछ शब्द भूलवश कट जाते हैं। ऐसे होने पर उनके नीचे एक बिन्दु-रेखा लगा दी जाती है और हाशिए में एक तरफ 'स्टैट' शब्द लिख दिया जाता है।

स्टिंगर (Stringer) : जिस पत्रकार को समाचार-पत्र में प्रकाशित समाचारों के लिये प्रति कॉलम की दर से पारिश्रमिक का भुगतान किया जाता है, वह *स्ट्रिंगर* कहलाता है।

स्प्रेड (Spread) : विस्तृत समाचार के लिये इस शब्द का प्रयोग किया जाता है।

स्पॉट न्यूज (Spot news) : घटनास्थल से जो समाचार अविलम्ब प्राप्त होता है उसे *स्पॉट न्यूज* कहते हैं। इसे तत्काल समाचार या ताजा समाचार भी कहते हैं।

स्माल कैप्स (Small caps) : छोटे टाइप या लघु-अक्षर।

स्लग (Slug) : 1. किसी समाचार की पाण्डुलिपि के प्रत्येक पृष्ठ पर दायीं ओर लिख दी गयीं पंक्तियां। 2. लाईनोटाइप पर डाली गयी एक पूरी पंक्ति।

स्लान्ट (Slant) : किसी समाचार को विशेष नीति, मत या उद्देश्य के अनुरूप प्रस्तुत करना।

स्तंभकार (Columnist) : जो लेखक या पत्रकार किसी पत्र-पत्रिका में नियमित रूप से कोई लेख आदि लिखते हैं वे स्तंभकार कहलाते हैं। इसका अंग्रेजी पर्याय *'कॉलमिस्ट'* है।

हार्ड न्यूज (Hard news) : जिस समाचार में केवल तथ्य ही हों, व्याख्या या विश्लेषण न हो वह *हार्ड न्यूज* कहलाता है। ये मात्र सूचनात्मक होते हैं।

हेड लाइन या हैडिंग (Head line / Heading) : समाचार के शीर्षक को *हेड लाइन* या *हैडिंग* कहा जाता है। पत्रकारिता में शीर्षक या *हैडिंग* के स्थान पर *हेड लाइन* शब्द का ही अधिक प्रयोग किया जाता है।

हेल बॉक्स (Hell Box) : जिस डिब्बे में बेकार टाइप फेंके जाते हैं उसे *हेल बॉक्स* कहते हैं।

हैंड आउट (Hand out) : किसी संस्था, कंपनी या सरकारी विभाग द्वारा प्रेस को प्रकाशनार्थ या सूचनार्थ दिया गया लिखित वक्तव्य, *हैंड आउट* कहलाता है। इसे विज्ञप्ति-पत्र भी कहते हैं।

हैंड रूल (Hand rule) : समाचार-पत्र के मुख्य-पृष्ठ पर आड़े आकार में दी गयी सबसे ऊपर की रेखा। हिंदी में इसे शीर्ष रेखा कहते हैं। यह समाचार-पत्र की नाम-पट्टिका और प्रकाशन-तिथि के नीचे दी जाती है।

❑

परिशिष्ट (ख)

संदर्भ सूची

1. **हिन्दी पत्रकारिता : विविध आयाम**; डॉ. वेदप्रताप वैदिक (सं.), हिन्दी बुक सेन्टर, दिल्ली
2. **इक्कीसवीं सदी और हिन्दी पत्रकारिता**; अमरेन्द्र कुमार एवं डॉ. निशांत सिंह (सं.), सामयिक प्रकाशन, दिल्ली
3. **फोटो पत्रकारिता**; गुलाब कोठारी,
4. **हिंदी पत्रकारिता : कल आज और कल**; सुरेश गौतम एवं वीणा गौतम (सं.), सत्साहित्य प्रकाशन, दिल्ली
5. **विज्ञापन : निर्माण और प्रक्रिया**; डॉ. निशांत सिंह, समय प्रकाशन, दिल्ली
6. **पत्रकारिता की विभिन्न विधायें**; डॉ. निशांत सिंह, नमन प्रकाशन, दिल्ली

7. **The Indian Reporter's Guide**; Rechard Chritechfield, Allied Pacific Private Ltd. Mumbai.